

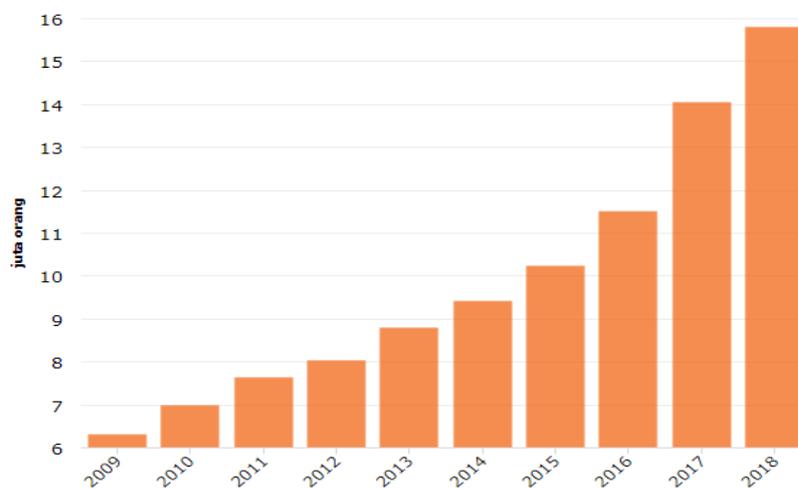
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis di bidang pariwisata mengalami kecenderungan terus meningkat dari waktu ke waktu, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Permintaan yang terus meningkat karena merupakan kebutuhan manusia berimbas terhadap peningkatan penawaran obyek pariwisata. Pernyataan tersebut didukung oleh data Badan Pusat Statistik yang menyebutkan bahwa dari tahun 2009-2018 wisatawan di Indonesia terus mengalami peningkatan, data tersebut digambarkan secara rinci sebagai berikut :

Gambar 1.1
Data Jumlah Wisatawan di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik, (2018)

Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran (*supply and demand law*).¹ Pengembangan Wisata merupakan salah satu pembangunan ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga pendapatan daerah. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pengembangan perekonomian Indonesia. Sektor ini memiliki pertumbuhan yang relatif cepat dan telah menjadi bagian dari perkembangan ekonomi global. Dengan meningkatnya permintaan pasar akan adanya wisata, maka komodifikasi agama tak bisa dihindarkan karena para wisatawan juga ingin merasakan pengalaman berwisata dengan situasi baru. Biasanya dalam berbagai tempat kebudayaan lokal dianggap sebagai contoh utama yang sangat rentan terjadinya komodifikasi. Seperti, ritual, festival, pakaian adat dan kesenian rakyat tradisional menjadi bagian dari komoditas pariwisata, sebagaimana mereka diproduksi atau dipentaskan dengan semata-mata untuk menjadi konsumsi pariwisata yang dapat dilihat dan dinikmati.

Pengembangan pariwisata saat ini menjadi trend di beberapa negara terutama Indonesia. Sistem ekonomi syariah saat ini sudah berkembang pesat yang awalnya meliputi perdagangan produk halal, berkembang ke industri keuangan dan sekarang berkembang ke *life style* yang dapat berupa *hospitality, recreation*, perawatan dan kesehatan dan lain sebagainya.² Dari perkembangan Pariwisata bermunculan berbagai tren wisata dengan istilah

¹ Rachmawati, R. (2011). *Peranan bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik. Vol. 2 No. 2, hal. 143

² Riyanto, Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012), hal. 4

pariwisata zaman now. Salah satu tren wisata yaitu Pariwisata Halal yang sedang dikembangkan dan digencarkan oleh Kementerian Pariwisata sebagai strategi percepatan pariwisata di Indonesia. Berbagai persepsi yang muncul dari tren wisata halal ini, dari yang mendukung hingga yang mengkritisi label halal ini. Sebelum adanya istilah wisata halal, ada beberapa istilah lainnya seperti wisata Syari'ah, wisata religi, dan beberapa istilah lain.

Di Indonesia, trend syari'ah mendapatkan perhatian tersendiri bagi kementerian pariwisata. Sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim Indonesia berpotensi untuk dapat mengembangkan wisata syari'ah atau *Halal Tourism*. Indonesia yang merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk dengan mayoritasnya muslim yang ditunjukkan dengan persentase yang beragama islam 87,2 persen.³ Sebagai negara dengan populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia hendaknya menjadikan industri halal sebagai lokomotif pembangunan ekonomi. Salah satu industri halal yang telah mengalami pertumbuhan dengan pesat adalah pariwisata halal atau wisata halal.⁴ Untuk mewujudkan destinasi pariwisata islam yang berkonsep modern, perlu dilakukan inovasi untuk mengembangkan pariwisata.

Salah satu daerah yang sedang hangat dibicarakan terkait perkembangan sektor pariwisatanya adalah kabupaten Banyuwangi. Kabupaten yang memiliki luas wilayah terluas di Jawa Timur ini sedang

³ <https://www.bps.go.id/>, (Diakses 25 Januari 2020, Pukul 17.00 WIB)

⁴ <https://www.kemenpar.go.id/>, (Diakses 25 Januari 2020, Pukul 18.00 WIB)

giat-giatnya mendorong perkembangan sektor pariwisata. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berupaya mengoptimalkan sektor ekonomi berbasis pariwisata. Beragam wisata dikembangkan dan dikelola dengan baik sehingga banyak wisatawan baik itu lokal maupun mancanegara yang berkunjung untuk melihat dan menikmati keindahan akan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut karena di Banyuwangi terdapat beberapa tempat tujuan wisata yaitu wisata alam, wisata religi, wisata kota, dan adat budaya. Tempat wisata di Banyuwangi sangat dikenal luas akan keindahan alamnya yang menawan. Alam pegunungan dan pantai yang berkarakter membuat Banyuwangi menjadi salah satu destinasi wisata yang faforit di Jawa Timur.

Banyuwangi menjadi salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang mengembangkan destinasi wisata syari'ah di tahun 2017 ini. Destinasi wisata yang menjadi wisata pantai syari'ah adalah Pulau Santen. Hari Kamis (02/03/2017), Bupati Banyuwangi, H Abdullah Azwar Anas telah melaunching Pulau Santen sebagai kawasan Wisata Pantai Syari'ah. Dimana penggunaan nama syari'ah pada destinasi wisata pantai di kawasan pulau pasir seluas sekitar 4 hektar tersebut merupakan branding dari produk wisata halal. "Intinya, wisata pantai syari'ah ini lebih mengutamakan hal-hal yang bersifat Islami, mulai dari kebersihan, etika dan sopan-santun, serta produk-produk kuliner yang akan dijual disini," jelas Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Banyuwangi, MY Bramuda, dikutip dari Memorandum menjelaskan, penggunaan nama syari'ah pada destinasi

wisata pantai di kawasan pulau pasir seluas sekitar 4 hektar tersebut merupakan branding dari produk wisata halal. Dengan letaknya yang strategis di sisi timur Kota Banyuwangi, tepatnya di sebelah selatan kawasan Pantai Boom, Pulau Santen yang masuk wilayah Kelurahan Karangrejo, diprediksi bakal menjadi salah satu destinasi unggulan di Banyuwangi.⁵

Pulau Santen dipilih dalam mengusung konsep wisata Halal dikarenakan memiliki potensi yang sangat besar, pemandangannya yang bagus, serta tidak kalah dengan pantai-pantai yang berada di Pulau Lombok yang terkenal dengan konsep Pariwisata Halal. Menurut Bupati Banyuwangi Azwar Anas konsep Pariwisata Halal dipilih karena potensinya yang besar. Indonesia sendiri memiliki 200 juta jiwa populasi umat Islam dan terus bertambah, yang nantinya akan membuat wisata Halal semakin diminati dan menjadi tren yang akan terus berkembang. Pantai Syari'ah merupakan konsep wisata Halal yang baru serta menjadi suatu ajang promosi bagi Kabupaten Banyuwangi. Dibukanya Pantai Syari'ah dengan konsep wisata Halal diharapkan akan dapat semakin meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Banyuwangi kedepannya.⁶

Pantai Syari'ah dengan konsep wisata Halal merupakan bentuk labelisasi halal dalam dunia pariwisata. Kehalalan menjadi sangat penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, karena untuk kedepannya konsumen pasti akan memperhatikan label halal dalam dunia pariwisata seiring dengan

⁵ <https://www.hidayatullah.com/> (Diakses 12 Pebruari 2020, Pukul 19.00 WIB)

⁶ <http://www.antarajatim.com/>, (Diakses 12 pebruari 2020, Pukul 19.00 WIB)

meningkatnya kesadaran halal. Pada dasarnya konsumen Islam cenderung memilih produk yang dinyatakan halal.⁷ Umat muslim percaya bahwa dengan mengkonsumsi produk yang halal akan menjadi berkah untuk manusia, hal ini merupakan salah satu indikator dari kesadaran halal pada konsumen.

Melihat tidak adanya peraturan mengenai pariwisata halal dan juga atas permintaan berbagai pihak, maka pada akhir 2016 Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa yang mengatur mengenai penyelenggaraan pariwisata syari'ah (halal) yang dapat digunakan untuk mengembangkan sektor pariwisata halal di Indonesia. Fatwa ini mengatur tentang keseluruhan tentang kegiatan pariwisata syari'ah, dari ketentuan akad (perjanjian) yang dilakukan, ketentuan hotel, destinasi wisata, SPA, Sauna, Massage, Biro perjalanan, maupun ketentuan mengenai pemandu wisatanya.⁸

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.⁹ Di sektor pariwisata seperti perhotelan, pantai maupun lainnya tulisan atau pernyataan halal dicantumkan pada plakat nama tempatnya. Untuk dapat memahami lebih dalam mengenai label halal maka diperlukan kesadaran konsumen sendiri akan kehalalan suatu

⁷ Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bandung : Ghalia Indonesia, 2011), Hal. 209

⁸ Al Hasan, Fahadil Amin, (2017). *Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*. Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum. Vol. 2 No. 1, Hal. 61

⁹ Widyaningrum, Premi Wahyu, (2019). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 2 No. 2, Hal. 78

produk atau jasa. Kesadaran dalam konteks Halal sendiri dikonseptualkan sebagai proses menginformasikan untuk meningkatkan tingkat kesadaran terhadap apa yang diizinkan bagi umat Islam untuk makan, minum dan digunakan.¹⁰ Kesadaran di kalangan konsumen bisa menjadi faktor penentu utama dalam proses pengambilan keputusan berkunjung.

Selain itu faktor lokasi dapat menentukan proses pengambilan keputusan berkunjung dan menciptakan kepuasan berkunjung. Menurut Swastha lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan.¹¹ Faktor yang mempengaruhi lokasi baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.¹² Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Sedangkan kepuasan menurut Kotler adalah sejauh mana tingkatan produk diperspektifkan sesuai harapan pembeli.¹³ Keputusan yang dilakukan konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen kecewa. Bila kinerja sesuai

¹⁰ Ibid., Hal 79

¹¹ Swastha, Basu, *Azas-Azas Pemasaran*, (Yogyakarta : Liberty, 2002), Hal. 24

¹² Sangadji, Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004), Hal. 181

¹³ Ibid., Hal 181

harapan maka konsumen puas. Sedangkan kinerja melebihi harapan maka konsumen sangat puas.

Formulasi yang mendukung untuk mendongkrak wisata syari'ah di Banyuwangi dapat dilaksanakan dengan pendekatan labelisasi halal, kesadaran halal, dan lokasi dengan segenap komponen sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan dan menciptakan kepuasan berkunjung. Untuk itu, branding pariwisata dengan nilai keunggulan wisata halal kiranya dapat diperkuat dengan intensitas penataan lokasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, dapat membangun citra yang kuat dan khalayak ramai akan cepat menangkap kesan bahwa tujuan wisata halal yang tepat adalah Banyuwangi. Tentu, untuk mendapatkan tersebut banyak upaya yang harus dibenahi dan diupayakan.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyaningrum, Premi Wahyu, yang menyebutkan bahwa penggunaan Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser secara tepat, efektif dan efisien akan memberikan stimulus yang besar pada Persepsi konsumen dalam Minat Pembelian kosmetik.¹⁴ Berdasarkan saran penelitian di atas, maka peneliti mengambil obyek penelitian dan jumlah sampel yang berbeda untuk mengkaji model secara lebih mendalam, serta diharapkan akan memperoleh hasil yang maksimal.

¹⁴ Widyaningrum, Premi Wahyu, (2019). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 2 No. 2, Hal. 94

Hasil penelitian menurut Alvira Zulva Pallefi dan Widiartanto, menyebutkan bahwa variabel kepuasan pengunjung memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini berarti semakin meningkatnya kepuasan berkunjung akan meningkatkan pula keputusan berkunjung kembali dari wisatawan.¹⁵ Berdasarkan penelitian di atas, peneliti memakai variabel kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening dan keputusan berkunjung sebagai dependen.

Sedangkan lokasi atau tempat pariwisata halal yang cukup terkenal di Banyuwangi adalah di Kelurahan Karangrejo yaitu di Pantai Syari'ah Pulau Santen. Dalam rangka pengembangan wisata syari'ah Pulau Santen, pemberdayaan masyarakat pesisir dilakukan melalui pengembangan produk wisata dengan koordinasi dan pengelolaan destinasi, pengembangan event dan atraksi wisata, pengembangan pemasaran, pengembangan lingkungan fisik, sosial, budaya dan ekonomi masyarakat.¹⁶

Sejak Pemerintah Kabupaten Banyuwangi meresmikan Pulau Santen, Kelurahan Karangrejo, menjadi wisata Syariah Beach pada 2 Maret 2017, sudah ada 2000 pengunjung yang datang pada liburan akhir pekan lalu. "Minggu kemarin ada 800 karcis habis. Mereka sebagian besar boncengan. Itu belum yang jalan kaki. Jadi ada 2000-an pengunjung," ujar Slamet

¹⁵ Alvira Zulva Pallefi dan Widiartanto, (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6 No. 2, Hal. 121-122

¹⁶ Hernanda, Dedy Wahyu, (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Dalam Pengembangan Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Pulau Santen Banyuwangi*. Prosiding Seminar dan Call For Paper. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal. 26

Efendy (40), pengelola wisata Syari'ah Beach.¹⁷ Dari data Tersebut dapat dilihat bahwa pengunjung Pantai Pulau Santen semakin meningkat dari waktu ke waktu, terutama pada saat musim liburan. Hal tersebut juga di dukung dari data Bappeda Banyuwangi yang menyebutkan bahwa Jumlah kunjungan wisatawan di Banyuwangi dari tahun 2012 sampai 2016 mengalami peningkatan yang cukup pesat, yang mana pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 131%, data tersebut digambarkan secara rinci sebagai berikut :¹⁸

Gambar 1.2
Data Jumlah Wisatawan Kab. Banyuwangi



Sumber: djbk Kemenkeu, (2017)

Mengamati industri pariwisata syari'ah yang pastinya akan terus berkembang, tentunya semua itu tidak terlepas dari semakin meningkatnya jumlah permintaan sebagai sarana berwisata. Meningkatnya jumlah permintaan tersebut dipengaruhi oleh tumbuhnya jumlah masyarakat

¹⁷ <https://m.merdeka.com/>, (Diakses 12 pebruari 2020, Pukul 20.00 WIB)

¹⁸ [http://www.djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2017/05/Paparan-Bappeda Banyuwangi .pdf](http://www.djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2017/05/Paparan-Bappeda_Banyuwangi.pdf), (Diakses 12 pebruari 2020, Pukul 20.00 WIB)

muslim yang ada di dalam maupun luar negeri, sehingga secara otomatis jumlah pengunjung meningkat. Faktor labelisasi halal, kesadaran halal, dan lokasi tentunya juga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung sehingga dapat meningkatkan keputusan berkunjung di pantai syari'ah pulau santen.

Untuk itulah fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara langsung maupun tidak langsung antara label halal, kesadaran halal, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung dengan kepuasan berkunjung sebagai variabel intervening pada pariwisata syari'ah yang ada di Kelurahan Karangrejo Banyuwangi. Sehingga, hasil penelitian yang muncul dapat menjadi bahan acuan dan evaluasi pihak peneliti selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengangkat judul **“Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjung Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi).”**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Adapun permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan label halal, kesadaran halal, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung pada pengunjung Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Batasan variabel pada penelitian ini adalah label halal, kesadaran halal, lokasi, keputusan berkunjung, dan kepuasan berkunjung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah ada pada latar belakang, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi?
5. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung?
6. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung?
7. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang dipaparkan diatas, maka tujuan pokok dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.
5. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.
6. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.
7. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka dapat dirumuskan hipotesis, yaitu jawaban sementara terhadap permasalahan tersebut. Untuk itulah hipotesis yang dirumuskan diuraikan sebagai berikut :

Hipotesis 1

H₀₁ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

H_{a1} : Ada pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

Hipotesis 2

H₀₂ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

H_{a2} : Ada pengaruh secara signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

Hipotesis 3

H₀₃ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

H_{a3} : Ada pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

Hipotesis 4

H₀₄ : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

Ha₄: Ada pengaruh secara signifikan antara pengaruh kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi.

Hipotesis 5

H₀₅: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

Ha₅: Ada pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

Hipotesis 6

H₀₆: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

Ha₆: Ada pengaruh secara signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

Hipotesis 7

H₀₇: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui kepuasan pengunjung.

Ha₇: Ada pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah Pulau Santen Banyuwangi melalui

kepuasan pengunjung.

Untuk hipotesis statistik sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jika Probabilitas $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika Probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

F. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan diperoleh adanya sebuah kontribusi atau manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangsih pemikiran agar bisa menjadi *literature* untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi para pembacanya. Serta diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh label halal, kesadaran halal dan lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Syari'ah dengan kepuasan berkunjung sebagai variabel intervening dalam sebuah industri pariwisata khususnya pariwisata yang sudah syari'ah atau berlabel halal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi Pemerintah

Dapat dijadikan sebagai bahan informasi, salah satu masukan yang bermanfaat dan bahan pertimbangan bagi Pemerintahan setempat

untuk mengambil keputusan dalam pengembangannya.

b. Bagi Akademik

Bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan bahan bacaan atau dapat menambah perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung terutama pada Pascasarjana Ekonomi Syariah.

c. Peneliti Lanjutan

Sebagai referensi penelitian berikutnya terkait dengan label halal, kesadaran halal, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung dengan kepuasan berkunjung sebagai variabel intervensinya di pariwisata syari'ah. Penelitian ini dapat digunakan sebafei rujukan ketika akan melakukan peneitian yang sejenis dengan penambahan variabel baru dimasa yang akan datang.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua variabel, yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional. Penegasan operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau objek yang diteliti.¹⁹ Karena adanya keterbatasan teoritis yang membahas label syar'iah dan kesadaran syari'ah maka secara operasional penelitian ini menggunakan teori label halal dan kesadaran halal untuk menguji adanya pengaruh antara label

¹⁹ Aziz, dkk, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung, 2012), Hal. 8

halal, kesadaran halal, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung dengan kepuasan berkunjung sebagai variabel intervening. Secara tidak langsung definisi operasional itu akan menunjuk alat pengambilan data yang cocok digunakan. Penegasan konseptual merupakan definisi dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti.²⁰ Adapun definisi penegasan konseptual dan penegasan operasional dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen

a. Label Halal (X_1)

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.²¹

b. Kesadaran Halal (X_2)

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa atau benda-benda. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi terhadap peristiwa atau subjek.²² Kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal.

c. Lokasi (X_3)

²⁰ Ahmad Tanzeh, dkk, *Pedoman Penyusunan Skripsi Progam Strata 1 Tahun 2015*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015), Hal. 19

²¹ Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), Hal. 8

²² Aziz, A.Y., dan Vui, C.N. (2013). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830. Hal 7

Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan.²³

2. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikatnya (Y) adalah keputusan berkunjung. Keputusan menurut Schiffman dan Kanuk adalah pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.²⁴ Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.

3. Variabel Intervening

Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubah atau timbulnya variabel dependen.²⁵ Variabel intervening (Z) dalam penelitian ini adalah kepuasan berkunjung. Kepuasan menurut Kotler adalah sejauh mana tingkatan produk diperspektifkan sesuai harapan pembeli/pengunjung.²⁶

²³ Swastha, Basu, Azas-Azas Pemasaran, (Yogyakarta : Liberty, 2002), Hal. 24

²⁴ Sangadji, Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004), Hal. 181

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT Alfabet, 2016), Hal. 39

²⁶ Sangadji, Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004), Hal. 181