

**PENGARUH *DESTINATION PERSONALITY*  
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana SI dalam  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

**Eriksen Rian Saputra  
NPM. 1951040299**

**Prodi : Manajemen Bisnis Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH *DESTINATION PERSONALITY*  
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM  
(Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar  
Sarjana SI dalam Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh**

Eriksen Rian Saputra  
NPM. 1951040299

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah  
Pembimbing I : Fatih Fuadi, M.S.I.  
Pembimbing II : Vicky F. Sanjaya

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

## ABSTRAK

*Destination Personality* sangat dibutuhkan untuk Danau Hijau Ulu Bulu untuk menghadapi persaingan diantara wisata lainnya. *Destination Personality* membawa destinasi menjadi lebih berwarna dan akrab terhadap pengunjung wisata Danau Hijau sehingga membentuk paradigma baru serta menjadikan destinasi wisata Danau Hijau beda dengan destinasi kreatif lainnya. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah *destination personality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui *Satisfaction* pengunjung

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan danau hijau ulubelu. Teknik pengumplan data dengan metode angket, yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis dan disebarakan secara offline. Angket tersebut dibagikan kepada 100 responden.

Hasil penelitian *destination personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. *Destination personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. *Satisfaction* Memediasi Hubungan Antara *Destination Personality* dan *Behavioral Intention*. *Destination personality* dan *behavioral intention* terhadap *Satisfaction* Dalam Prespektif Ekonomi Islam, bahwa hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh wisata danau hijau ulubelu tanggamus, dimana pengelola wisata atau masyarakat setempat mampu menjaga wisata alam tersebut sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT sehingga tercipta karakteristik sebuah destinasi yang masih alami dan masih bernuansa alam sehingga para pengunjung tak segan untuk berkunjung kembali (*behavioral intention*).

**Kata Kunci :** *Destination Personality, behavioral Itention, Satisfaction*

## ABSTRACT

*Destination Personality is needed for Lake Hijau Ulu Bulu to face competition among other tours. Destination Personality brings destinations to be more colorful and familiar to Green Lake tourism visitors so as to form a new paradigm and make Green Lake tourist destinations different from other creative destinations. This study aims to determine whether destination personality affects behavioral intention through visitor satisfaction*

*The research method used in this study is quantitative method. The population in this study is ulubelu green lake tourists . The technique of collecting data with the questionnaire method , which is used is by distributing questionnaires to respondents in the form of a list of questions compiled in writing and deployed offline. The questionnaire was distributed to 100 respondents.*

*The results of destination personality research have a positive and significant effect on behavioral intention. Destination personality has a positive and significant effect on satisfaction. Satisfaction has a positive and significant effect on behavioral intention. Satisfaction Mediates the Relationship Between Destination Personality and Behavioral Intention. Destination personality and behavioral intention on Satisfaction in the Islamic Economic Perspective, that this is in accordance with what is done by the green lake tour of Ulubelu tanggamus, where the tourism manager or local community is able to maintain this natural tourism as ordered by Allah SWT so as to create the characteristics of a destination that is still natural and still nuanced nature so that visitors do not hesitate to visit again (behavioral intention).*

**Keywords : Destination Personality, Behavioral intention, Saticivation**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eriksen Rian Saputra  
NPM : 1951040299  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui *Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulisan sendiri, bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya oranglain kecuali pada bagian yang telah dirujuk atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2023  
Penulis,



The image shows a handwritten signature in black ink that reads 'Eriksen'. To the right of the signature is a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and green, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '1000 METERAI TEMPEL' and the serial number '86553AKX770596698'.

Eriksen Rian Saputra  
NPM. 19510400299



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN


Judul Skripsi : "PENGARUH DESTINATION PERSONALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION MELALUI SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)"  
Nama : Eriksen Rian Saputra  
NPM : 1951040299  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

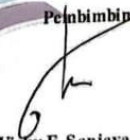
MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Fatih Fuadi, M.S.I.**  
NIP. 198512192015031006

  
**Vicky F. Sanjaya, M.Sc.**  
NIP. 199411122019031009

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

  
**Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**  
NIP. 197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. Hl. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

### PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul "PENGARUH DESTINATION PERSONALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION MELALUI SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)" disusun oleh, ERIKSEN RIAN SAPUTRA, NPM : 1951040299, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Jum'at, 27 Oktober 2023.

Tim Penguji

Ketua : Suhendar, MS.Ak., Akt

(.....)

Sekretaris : Sania Nuraziza, M.B.A

(.....)

Penguji I : Siska Yuli Anita, M.M

(.....)

Penguji II : Fath Fuadi, MS.I

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A

NIP.197009262008011008

## MOTTO

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ  
فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا  
سَبِّحَنكَ فَقْنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٩١﴾

“(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami darisiksa neraka.”  
(QS. Ali Imran : 191)



## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur saya ucapkan Alhamdulillah rabbil'alamin kepada Allah SWT karena berkat rahmat, taufik dan hidayah-nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada Kedua orangtua ku tercinta, untuk Mamah yang tiada hentinya mendoakan, memotivasi dan mensupport dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih tidak pernah lelah dalam memberikan nasihat dan dukungan agar menjadi orang yang lebih baik lagi dengan melewati pencapaian akademik ini. Kakakku yang sangat ku sayangi, yang selalu memberi semangat saat proses menyelesaikan skripsi, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya. Almamater UIN Raden Intan Lampung dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan hingga skripsi ini terselesaikan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

## **RIWAYAT HIDUP**

Eriksen Rian Saputra, dilahirkan di Gunung  
Megang, 03

September 1999, anak bungsu atau ke 4 dari Bapak Busro dan Ibu Selayati. Pendidikan dimulai dari SDS Nasional Batam dan melanjutkan pendidikan di SMPN 42 BATAM dan melanjutkan pendidikan SMK Batam International School dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, September 2023  
Penulis,

Eriksen Rian Saputra  
NPM. 19510400299

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Destination Image Terhadap Behavioral Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)”

Skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana S1 pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA. selaku Dekan  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan  
Lampung yang selalu memotivasi mahasiswanya.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
3. Fatih Fuadi, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Vicky F. Sanjaya, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta memberikan masukan-masukan yang InsyaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.

6. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung yang telah banyak memberikan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ayah, Ibu dan Adikku yang tiada henti mendoakan dan memberikan support kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal sampai akhir ini. 8. Seluruh sahabat-sahabatku terkhusus kepada Rama, Olif, Hakim, Bintang, Citra dan Puspita yang selalu mensupport dan selalu membantuku dalam pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman kampusku MBS Kelas D Angkatan 2019 serta HMI Komisariat FEBI, HMPS Manajemen Bisnis Syariah Periode 2021-2022

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penulis memanjatkan do'a kepada Allah SWT, semoga jerih payah dan amal semua pihak akan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamiin aamiin yarabalalamin.

Bandar Lampung, September  
2023

Penulis,

Eriksen Rian Saputra.  
NPM. 19510400299

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>ABSTRAK</b> .....	
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	
<b>PERSETUJUAN</b> .....	
<b>PEMBIMBING.</b> .....	
<b>PENGESAHAN</b> .....	
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	11
H. Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Pariwisata ... ..	15
1. Pengertian Pariwisata .....	15
2. Prinsip-prinsip Pariwisata .....	16
3. Pariwisata Dalam Perspektif Bisnis islam .....	17
B. Teori Perilaku Konsumen .....	20
1. Pengertian teori perilaku konsumen .....	21
2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	21
3. <b>Model Perilaku Konsumen</b> .....	<b>24</b>

<b>C. Behavioral Intention</b> .....	<b>26</b>
1. Pengertian Behavioral Intention .....	26
2. Prinsip-prinsip Behavioral Intention .....	29
3. Behavioral Intention Dalam Perspektif bisnis .....	29
<b>D. Destination Personality</b> .....	<b>30</b>
1. Pengertian Destination Personality .....	30
<b>E. Satisfaction</b> .....	<b>32</b>
1. Pengertian Satisfactio.....	32
2. Manfaat Program ( <i>Satisfaction</i> ) .....	32
3. Indikator Satisfaction .....	34
4. Satisfaction Dalam Perspektif bisnis islam.....	35
<b>F. Kerangka Berfikir</b> .....	<b>37</b>
<b>G. Hipotesis</b> .....	<b>38</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	<b>41</b>
<b>B. Pendekatan dan Jenis Penelitian</b> .....	<b>41</b>
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Sifat Penelitian .....	41
<b>C. Sumber Data Penelitian</b> .....	<b>42</b>
1. Sumber Primer .....	42
2. Sumber Sekunder.....	42
<b>D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>42</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel</b> .....	<b>45</b>
1. Variabel Independen .....	45
2. Variabel Dependen .....	45
3. Variabel Mediasi .....	46
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>47</b>
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reliabilitas .....	48
3. Uji Hipotesis .....	49
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Deskripsi Data</b> .....	<b>50</b>
--------------------------------	-----------

1. Sejarah Danau Hijau Ulu Belu .....	50
B. Deskripsi Responden.....	51
C. Hasil Analisis Penelitian .....	52
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Reliabilitas.....	54
2. Analisis Data dan Model Struktural .....	55
a. Pengaruh hubungan langsung .....	56
b. Uji Pengaruh Hubungan Tidak Langsung.....	58
c. Koefisien Determinasi .....	61
3. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	60
D. Pembahasan .....	61

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR RUJUKAN .....	70
LAMPIRAN-LAMPRAN .....	76

## DAFTAR TABEL

### **Tabel**

### **Halaman**

Tabel 1 Skala Likert .....	45
Tabel 2 Operasional variabel.....	46
Tabel 3 <i>Loading Factor</i> . ....	53
Tabel 4 <i>Composite, Cronbach's alpha</i> dan AVE .....	55
Tabel 5 <i>Total Effect</i> .....	57
Tabel 6 Efek Tidak Langsung . ....	59
Tabel 7 <i>R-square</i> .....	60
Tabel 8 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....	61



## DAFTAR GAMBAR

### **Gambar Halaman**

Gambar 1 Model Sederhana Perilaku konsumen .....	25
Gambar 2 Kerangka Teoritik. ....	38
Gambar 2 <i>Outer Model</i> . ....	53
Gambar 3 <i>Inner Model</i> .....	56

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam pemahaman penelitian ini, maka perlu adanya penguraian dan penegasan terhadap arti dan makna dari istilah-istilah yang ada di judul penelitian ini. Dengan adanya penegasan arti dan makna dari istilah-istilah yang ada di judul penelitian ini diharapkan tidak ada terjadi kesalah pahaman terkait arti dan makna dari judul penelitian ini. Selain itu, penegasan judul ini merupakan penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Adapun judul penelitian ini adalah : **“PENGARUH DESTINATION PERSONALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION MELALUI SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus).”** Adapun penjelasan judul tersebut adalah sebagai berikut :

### 1. Pengaruh

Pengaruh menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang<sup>1</sup>

### 2. *Destination Personality*

*Destination Personality* adalah karakteristik yang dimiliki sebuah tempat wisata untuk membedakan dari wisata tempat lain.

### 3. *Behavioral Intention*

*Behavioral Intention* merupakan sikap atau perilaku yang ditunjuk oleh pengunjung setelah menerima atau melakukan layanan<sup>3</sup>

### 4. *Satisfaction*

*Satisfaction* adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk

---

<sup>1</sup>Lucky Riana Putri, “Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan PDRB Kota Surakarta,” *Cakra Wisata* 21, no. 1 (2020).

atau jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh nilai atau manfaat dari suatu produk atau jasa.

#### 5. Mediasi

Mediasi adalah variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat.<sup>2</sup> Berdasarkan beberapa uraian diatas dapat dipahami bahwa judul yang dimaksud dalam skripsi ini adalah menganalisis pengaruh dari destination personality terhadap behavioral intention berdasarkan keinginan berparawisata melalui *Saticfaction* Pengunjung sebagai penghubung.

#### 6. Perspektif Bisnis Islam

Perspektif adalah melukiskan suatu benda dan lain-lain yang mendarat sebagaimana yang terlihat oleh mata menggunakan sudut pandang. Sedangkan Bisnis Islam merupakan suatu unit usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah Islam.

## **B. Latar Belakang**

---

<sup>2</sup>Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017, hal. 40

Pariwisata hakekatnya adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu wilayah ke wilayah lain dimana wilayah yang dituju mempunyai keunikan dan nilai tambah yang berbeda dari wilayah lain.<sup>3</sup> Pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam kegiatan pembangunan nasional, dengan kata lain pariwisata adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keseluruhan kinerja perekonomian. Sektor pariwisata merupakan salah satu alternatif bagi pendapatan devisa negara.

Menurut Sedarmayanti, Indonesia menaruh harapan yang tinggi pada sektor pariwisata sebagai pengganti komoditas ekspor yang awalnya bergantung pada migas.<sup>4</sup> Pemerintah telah menargetkan sektor pariwisata sebagai penghasil devisa sebesar US\$ 17,6 miliar atau sama dengan Rp 250 triliun, dengan nilai tukar Rp 14.200/dolar AS. Jumlah tersebut meningkat sebesar 9,3 % dari realisasi tahun 2018 sebesar Rp 16,1 miliar. Pada tahun 2019 kedatangan wisatawan ditargetkan mencapai 20 juta kunjungan atau meningkat 25,7% dari realisasi tahun 2018 dengan data 15,8 juta kunjungan. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini<sup>5</sup>

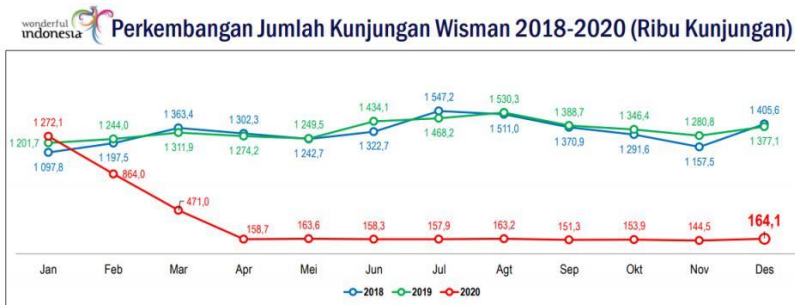
**Gambar 1.1**  
**Penerimaan Devisa Pariwisata Dan Kunjungan**  
**Wisata Manca Negara**

---

<sup>3</sup>Kariaman Sinaga And Zufri Zaldi Siregar, “Kebijakan Kepariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat” (Undhar Press, 2020).

<sup>4</sup> Hj Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil* (Reflika Aditama, 2018).

<sup>5</sup> Reza May Anggita, “Pengaruh Destination Personality Terhadap Behavioral Intention Melalui Self Image Congruity Pada Wisata Edukasi Tanoker Ledokombo” (Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, n.d.).



Sumber : Wonderful Indonesia

Wisata di daerah kabupaten Tanggamus menjadi destinasi wisatawan yang cukup diminati oleh para wisatawan. Destinasi wisata yang ada Tanggamus sangat beragam, seperti pantai, gunung, taman, air terjun, dan pusat perbelanjaan. Tidak hanya wisata bertema alam, Tanggamus menghadirkan wisata yang bertema kreatif, dengan memanfaatkan potensi yang ada di desa. Salah satu desa wisata edukasi yang ada di Tanggamus adalah wisata kreatif Danau Hijau yang terletak di kecamatan Ulu Belu.

Ulu Belu adalah salah satu kawasan pedesaan di Tanggamus yang memiliki beberapa karakteristik khusus yang sesuai untuk menjadi daerah tujuan wisata, mempunyai keunikan tersendiri. Penduduk yang tinggal di daerah tersebut masih memiliki tradisi dan budaya yang masih asli, lingkungan alamnya juga masih terjaga. Hal tersebut merupakan nilai tambah bagi tempat wisata Danau Hijau, menyediakan permainan tradisional yang dikembangkan untuk memelihara nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Danau Hijau memiliki berbagai macam fasilitas yang dimana pandangan alam ini berasal dari bekas tambang, dan dibuat menjadi lebih kreatif hingga cocok untuk wisatawan baru.

Ajaran Islam memberikan otoritas kepada pemerintah dalam menentukan kebijakan menggunakan lahan untuk kepentingan negara dan publik (hak *hima*), distribusi tanah (hak *iqta*) kepada sektor swasta, penarikan pajak, subsidi dan keistimewaan non-*monentari* lainnya yang unsur legalitasnya dikembalikan kepada aturan syariah.

Dalam Islam walaupun secara tidak langsung dibahas dalam Al-Qur'an mengenai pariwisata tetapi ada beberapa ayat dalam Al-Qur'an setiap insan manusia wajib menjaga alam yang sudah diciptakan oleh Allah SWT hal ini terlihat ada beberapa ayat yaitu :

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ  
رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هٰذَا بٰطِلًا سُبْحٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

“(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka. (QS. Ali Imran : 191)

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia wajib menjaga dan tidak menyalahgunakan atas apa yang sudah ada dimuka bumi ini karena pada dasarnya Allah menciptakan atas apa yang ada adalah peluangnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam ayat lainnya dapat dilihat sebagai berikut untuk memberikan bukti bahwa betapa besarnya potensi alam yang bisa dimanfaatkan oleh manusia untuk mensejahterakan dirinya sendiri dimasing-masing daerah tempat mereka tinggal, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana manusia bisa memanfaatkan potensi tersebut dengan sebaik-baiknya terlebih potensi pariwisata sangat besar.

Destinasi yang berhasil adalah destinasi yang sustainable (berkelanjutan). Salah satu cara menjaga suatu destinasi agar berkelanjutan adalah dengan memerhatikan pada pengukuran dan penilaian *behavioral intention*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen melalui *behavioral intention* sehingga memberikan pemahaman yang baik, agar tidak terjadi retensi pelanggan yang berpindah pada destinasi lain.<sup>6</sup>

*Behavioral intention* telah diakui sebagai prediktor

---

<sup>6</sup> Siti Nurpatimah Komala Edywan, “Pengaruh Dining Experience Danewom Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Forestree Bogor)” (Fakultas ekonomi dan bisnis uin jakarta, n.d.).

penting dari profitabilitas perusahaan jasa dan merupakan salah satu hal yang penting untuk pengembangan destinasi wisata.<sup>7</sup> *Behavioral intention* adalah indeks acuan yang penting bagi keberhasilan sebuah destinasi wisata.

Dalam mempertahankan para pengunjungnya, dengan memahami behavioral intention destinasi wisata tersebut bisa meningkatkan niat berkunjung kembali.<sup>8</sup>

*Behavioral intention* adalah penilaian keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi yang sama atau kesediaan untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.<sup>9</sup>

Personality adalah salah satu faktor eksternal yang bisa mempengaruhi *behavioral intention*. *Destination Personality* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi *Behavioral Intention*.<sup>10</sup>

Persaingan destinasi wisata saat ini sudah semakin meningkat, *destination personality* dianggap layak untuk membangun sebuah meek didalam destinasi dan dapat menciptakan identitas yang unik pada tempat wisata.<sup>11</sup>

Destination personality hadir unruk memberikan kesan yang memikat sebagai alat untuk membedakan sebuah destinasi dengan pesaingnya.<sup>12</sup>

Menurut Ekinci dan Hosany Destination personality adalah seperangkat karakteristik manusia yang terkait dengan

<sup>7</sup> Gour C Saha, "Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Low-cost Airline Carriers in Thailand," *Managing Service Quality: An International Journal*, 2009.

<sup>8</sup> Ching-Fu Chen and DungChun Tsai, "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?," *Tourism Management* 28, no. 4 (2007): 1115–22.

<sup>9</sup> Dimitra Papadimitriou, Artemisia Apostolopoulou, and Kyriaki Kaplanidou, "Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism," *Journal of Travel Research* 54, no. 3 (2015): 302–15.

<sup>10</sup> Yuksel Ekinci and Sameer Hosany, "Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations," *Journal of Travel Research* 45, no. 2 (2006): 127–39.

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Laurie Murphy, Pierre Benckendorff, and Gianna Moscardo, "Destination Brand Personality: Visitor Perceptions of a Regional Tourism Destination," *Tourism Analysis* 12, no. 5–6 (2007): 419–32.

destinasi.<sup>13</sup>

*Destination personality* merupakan strategi yang penting dan harus diterapkan oleh destinasi wisata, karena *destination personality* bisa memberikan karakteristik yang berbeda sehingga dapat menarik pengunjung untuk terus melakukan kunjungan berulang.

Pandangan tersebut disadari ataupun tidak, dapat mempengaruhi tingkah laku dari wisatawan tersebut. Setiap konsumen pasti memiliki gambaran yang berbeda terhadap dirinya sendiri. Pandangan tersebut nantinya yang akan mempengaruhi tujuan pribadi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Maka dari itu, *Destination personality* yang sesuai dengan citra diri wisatawan nantinya akan menimbulkan *behavioral intention* yang positif. Berdasarkan wawancara pada beberapa pengunjung yang pernah datang ke wisata danau hijau mengatakan bahwa Ketika pertama kali berkunjung mereka antusias, tapi untuk beberapa wisata danau hijau menjadi monoton.

Hal tersebut menunjukkan bahwa intensitas partisipan untuk berwisata kreatifitas Ulu Belu masih rendah, yang berarti rendah pula *behavioral intention* pengunjung ke objek wisata di Ulu belu berbasis kearifan lokal. Kemudian tingkat *behavioral intention* yang rendah akan membuat danau hijau memiliki tingkat retensi (berkunjung kembali) yang rendah. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *behavioral intention* pengunjung ke Danau Hijau sehingga dapat memberi manfaat yang besar bagi kemajuan pariwisata kreatifitas berbasis kearifan lokal di Ulu Belu khususnya dan secara umum untuk pengembangan pariwisata kreatifitas berbasis kearifan lokal.

*Destination Personality* sangat dibutuhkan untuk Danau Hijau Ulu Bulu untuk menghadapi persaingan diantara wisata lainnya. *Destination Personality* membawa destinasi menjadi lebih bewarna dan akrab terhadap pengunjung wisata Danau

---

<sup>13</sup> Ekinci and Hosany, "Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations."



Hijau sehingga membentuk paradigma baru serta menjadikan destinasi wisata Danau Hijau beda dengan destinasi kreatif lainnya.

Suatu produk atau jasa yang memiliki keunggulann relatif sama dengan produk atau jasa lain biasanya akan terlihat biasa di mata Instrumen, karena pada prinsipnya, konsumen sering merasa jenuh dengan penawaran produk atau jasa yang keunggulanya relatif sama dengan yang lain.<sup>14</sup> Diharapkan *destination personality* Danau Hijau, khususnya dalam penelitian sebagai destinasi wisata berbasis kreatifitas dapat terbentuk dengan baik dan melekat cara emosional dengan dengan kepribadian para pengunjung. Kondisi ini dapat meningkatkan keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan bersedia membayar lebih untuk berwisata di Danau hijau.

Perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *behavior intention* dengan populasi pada wisatawan danau hijau ulubetung. Dengan sempel masyarakat yang ke wisata danau hijau ulubelu. Dan juga dalam penelitian ini menggunakan variabel mediasi berupa *satisfaction* sebagai perantara antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dilihat dari uraian diatas Maka, peneliti akan mengangkat permasalahan tersebut menunjukkan bahwa *destination personality* menjadi hal yang penting dalam suatu **destination** termasuk *behafior intantion.satisfaction* disebabkan oleh *destination resonality* dan *behavior intention*. Oleh karena itu penelity tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH DESTINATION PERSONALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION MELALUI SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Danau Hijau Ulubelu Tanggamus)”**.

---

<sup>14</sup> Mohamad Dimiyati, “Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis,” 2018.

### C. Identifikasi Dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti memberikan batasan terhadap masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah, pertama, bagaimana pengaruh dari *destination personality* terhadap dan perilaku konsumen muslim, kedua, bagaimana pengaruh dari perilaku konsumen muslim terhadap *behavioral intention* dan ketiga, apakah *variable customer satisfaction* pengunjung memengaruhi hubungan diantara keduanya. Dengan fokus penelitian pada wisata danau hijau Ulubelu.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah *destination personality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* ?
2. Apakah *destination personality* berpengaruh terhadap *satisfaction*?
3. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *behavioral intention*?
4. Apakah *satisfaction* memediasi hubungan antara *destination personality* dan *behavioral intention* ?
5. Bagaimana pandangan dalam bisnis Islam tentang *destination personality* dan *behavioral intention* terhadap *satisfaction*?

### E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *destination personality* terhadap tindakan *behavioral intention*
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Satisfaction* pengunjung terhadap *behavioral intention*.

3. Untuk mengetahui pengaruh *destination personality* terhadap *Satisfaction* pengunjung.
4. Untuk mengetahui apakah *destination personality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui *Satisfaction* pengunjung
5. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Islam terhadap pengaruh *destination personality* terhadap *behavioral intention* dan *satisfication* pengunjung sebagai variabel mediasi.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yaitu bagi perkembangan ilmu pemasaran pariwisata khususnya *destination personality* dalam pengaruhnya terhadap *behavioral intentions*. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam pengembangan teori manajemen pemasaran pariwisata.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh *destination personality* terhadap *behavioral intention* melalui *Satisfaction* pengunjung pada wisata danau hijau.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk membahas tentang perkembangan wisata pariwisata, khususnya pengaruh *destination personality* terhadap *behavioral intention* melalui *Satisfaction* pengunjung wisatawan pada wisata Danau Hijau Ulubelu
4. Pemerintah diharapkan dapat mendukung wisata kreatif didaerah daerah yang memiliki potensi besar untuk pariwisata.

#### **G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

1. Leni Nurita 2022 : “Analisis pengaruh *destination service quality* dan *destination personality* terhadap *destination loyalty* dengan *destination image* dan *self-congruity* sebagai variabel intervening”.

**Persamaan :** Pada variabel X2 *destination loyalty*

**Perbedaan :** Pada objek penelitian dan pembaharuan penelitian penulis berfokus pada perspektif Bisnis Islam.

**Hasil :** Hasil penelitian menunjukkan bahwa *destination image* dan *self-congruity* berpengaruh terhadap *destination loyalty*. *Destination image* menjadi mediasi pengaruh mediasi *service quality* terhadap *destination loyalty*

2. Rini Andiri, 2020 : “Pengaruh *Destination Personality* terhadap *revisit intention*”.

**Persamaan :** Pada variabel X yaitu *revisit intention*

**Perbedaan :** Pada objek penelitian, penelitian ini menggunakan metode path, pembaharuan penelitian penulis berfokus pada perspektif Bisnis Islam.

**Hasil :** Hasil penelitian menunjukkan bahwa *actual self congruity* memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention*, *ideal self congruity* mempengaruhi *behavioral intention*, *destination personality* memiliki pengaruh positif pada niat wisatawan untuk kembali (*behavioral intention*), *destination personality* berpengaruh positif pada niat untuk merekomendasikan (*behavioral intention*), dan *self image congruity* adalah media parsial pada hubungan antara *destination personality* dan *behavioral intention* wisatawan.

3. Sri hartini 2020 : “Pengaruh *Destination personality*, *self image congruity* terhadap *Behavioral intention*”

**Persamaan :** Penggunaan variabel *destination personality* dan *behavioral intention*

**Perbedaan :** Penggunaan metode, pada penelitian ini menggunakan metode path.

**Hasil :** *Destination personality* berpengaruh positif pada niat untuk kembali dan niat untuk merekomendasikan (*behavioral intention*), *self image congruity* berpengaruh positif pada *behavioral intention* dan *self image congruity* adalah media parsial pada hubungan antara *destination personality* dan *behavioral intention* wisatawan.

4. Elia Ardian 2019 : “*Self congruity, destination relationship on the loyalty of tourist destination*”

**Persamaan :** Penggunaan variabel *destination personality*

**Perbedaan :** Pada objek penelitian dan pembaharuan penelitian penulis berfokus pada perspektif ekonomi Islam.

**Hasil :** *Destinational personality* memiliki pengaruh positif pada *self image congruity*, *self image congruity* memiliki pengaruh positif pada *loyalty* dan *destination personality* memiliki pengaruh positif pada *loyalty*.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdapat beberapa bagian diantaranya sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah Yang Mendasari Diadakannya Penelitian, Identifikasi Dan Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan Dan Sistematika Penulisan Mengenai Pengaruh Destination Personality Terhadap Behavioral Intention melalui satisfatication pengunjung sebagai variable mediasi pada wisatawan Ulu Belu Tanggamus.

### ***BAB II LANDASAN TEORI***

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang menjelaskantentang landasan teori yang menjadi dasa dan bahan acuan dalam penelitian ini, penelitian terdahulum kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian mengenai Pengaruh Destination Personality Terhadap Behavioral Intention melalui satisfatication pengunjung sebagai variable mediasi pada wisatawan Ulu Belu Tanggamus.

### ***BAB III METODE PENELITIAN***

Bab ini berisi uraian tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi konsep dan operasional, instrument penelitian, uji instrumen penelitian, serta alat analisis.

### ***BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN***

Bab ini berisi uraian tentang hasil dan pembahasa mengenai hasil Pengaruh Destination Personality Terhadap Behavioral Intention melalui satisfatication pengunjung sebagai variable mediasi pada wisatawan Ulu Belu Tanggamus.

## ***BAB V PENUTUP***

Bab ini berisi uraian kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa saja yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan. Saran diarahkan pada dua hal, yaitu :

1. Saran dalam usaha memperluas hasil penelitian, misalnya disarankan perlu diadakan penelitian lanjutan.
2. Saran untuk menentukan kebijakan di bidang-bidang terkait dengan masalah atau fakta tentang penelitian

## ***DAFTAR RUJUKAN***

Bagian ini berisi tentang daftar-daftar buku, jurnal ilmiah dan bahan lain yang dijadikan sebagai referensi.

## ***LAMPIRAN***

Bagian ini berisi tentang kuisioner penelitian, data tentang penelitian dan dokumentasi tentang penelitian yang dilakukan.

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang dilakukan maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Destination personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, membuktikan bahwa *destination personality* yang baik akan meningkatkan *behavioral intention*. Tanggapan responden pada variabel *destination personality* dan *behavioral intention* mempunyai penilaian yang tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja yang baik yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam menciptakan karakteristik sebuah destinasi, sebagai destinasi yang bermuatan edukasi dan menyenangkan, sehingga mereka tidak segan untuk berkunjung kembali di lain kesempatan.
2. *Destination personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*, membuktikan bahwa pengelola wisata dan masyarakat sekitar mampu menjaga wisata danau ulubelu tanggamus sehingga dapat menciptakan karakteristik wisata yang asri, sejuk, fasilitas yang lengkap maka dari itu pengunjung merasa puas dengan wisata danau hijau ulubelu tanggamus.
3. *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, menyatakan bahwa Pelanggan yang lebih puas, akan menjadi setia atau bahkan merekomendasikan wisata tersebut kepada kerabat, saudara, ataupun oranglain. Maka dari itu semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi minat berkunjung kembali (*behavioral intention*).
4. *Satisfaction* Memediasi Hubungan Antara *Destination Personality* dan *Behavioral Intention*, menyatakan bahwa semakin tinggi *destination personality* melalui *satisfaction* sebagai mediasi maka semakin baik *behavioral intention*.
5. *Destination personality* dan *behavioral intention* terhadap *Satisfaction* Dalam Prespektif Bisnis Islam, dimana setiap manusia wajib menjaga dan tidak menyiakan atas apa yang sudah ada dimuka bumi ini karena pada dasarnya Allah menciptakan atas apa yang ada adalah peluangnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dan membuktikan

bahwa betapa besarnya potensi alam yang bisa dimanfaatkan oleh manusia untuk mensejahterakan dirinya sendiri dimasing-masing daerah tempat mereka tinggal, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana manusia bisa memanfaatkan potensi tersebut dengan sebaik-baiknya terlebih potensi pariwisata sangat besar. Berdasarkan penelitian penulis, bahwa hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh wisata danau hijau ulubelu tanggamus, dimana pengelola wisata atau masyarakat setempat mampu menjaga wisata alam tersebut sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT sehingga tercipta karakteristik sebuah destinasi yang masih alami dan masih bernuansa alam sehingga para pengunjung tak segan untuk berkunjung kembali (*behavioral intention*).

## **B. Rekomendasi**

Pokok pemikiran dari penelitian ini ada beberapa yang bisa dijadikan sebagai saran :

1. Bagi pengelola wisata ulubelu tanggamus, tetap meningkatkan kualitas wisata dan terus menginovasikan, menjadi lebih kreatif hingga cocok untuk menarik wisatawan.
2. Bagi penelitian, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi dan bahan perbandingan ataupun bahan pertimbangan penelitian sejenis dan untuk peneliti selanjutnya, untuk memakai variabel selain *destination personality, behavioral intention, satisfaction*.



## DAFTAR RUJUKAN

### Buku :

- Ferrell, Odies C, Michael Hartline, and Bryan W Hochstein. *Marketing Strategy*. Cengage Learning, 2021.
- Fahadil Amin Al Hasan, “Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN\_MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)”, *Al-Ahkam*. Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 62-64
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson (1999). *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid Kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson (1999). *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Jilid Kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- C. Mowen, John dan Michel Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A, 1996. *Service Marketing*.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid Kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- Castro, O & Huber, M.E. 2007. *Marine Biology*. 7<sup>th</sup> ed. McGraw-Hill Companies Inc. New York, 458 p.
- Hawkins dan Lonney dikutip Tjiptono. 2004. *Indikator Kepuasan Nasabah Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono, “Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)”. In *Alfabeta* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 93.

Zubair Hasan, “Mudaraba as a Mode of Finance in Islamic Banking: Theory, Practice and Problems,” 2002.

**Jurnal :**

- Abdillah, W. Dan Jogiyanto. “Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM).” In *Penerbit ANDI*, 2015.
- Anggita, Reza May. “Pengaruh Destination Personality Terhadap Behavioral Intention Melalui Self Image Congruity Pada Wisata Edukasi Tanoker Ledokombo.” Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, n.d.
- Canny, Ivyanno U. “An Empirical Investigation of Service Quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic Local Tourist at Borobudur Temple.” *International Journal of Trade, Economics and Finance* 4, no. 2 (2013): 86.
- Chatamallah, Maman. “Strategi ‘Public Relations’ Dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus Dengan Pendekatan ‘Marketing Public Relations’ Di Provinsi Banten.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2008): 393–402.
- Chen, Ching-Fu, and DungChun Tsai. “How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?” *Tourism Management* 28, no. 4 (2007): 1115–22.
- Darmawan, Fajar. “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pemanfaatan E-Learning (Studi Kasus: E-Learning If Unpas).” *Journal Speed* 7, no. 4 (2015): 64–70.
- Dimiyati, Mohamad. “Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis,” 2018.
- Edywan, Siti Nurpatimah Komala. “Pengaruh Dining Experience Dane-Wom Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Foresthree Bogor).” Fakultas ekonomi dan bisnis uin jakarta, n.d.
- Ekinci, Yuksel, and Sameer Hosany. “Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations.” *Journal of Travel Research* 45, no. 2 (2006): 127–39.
- Fakeye, Paul C, and John L Crompton. “Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley.” *Journal of Travel Research* 30, no. 2 (1991): 10–16.
- Ferrell, Odies C, Michael Hartline, and Bryan W Hochstein. *Marketing Strategy*. Cengage Learning, 2021.
- Hasan, Zubair. “Mudaraba as a Mode of Finance in Islamic Banking: Theory, Practice and Problems,” 2002.

- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo, 2019.
- Kim, WooHyuk, Kristin Malek, NamJo Kim, and SeungHyun “James” Kim. “Destination Personality, Destination Image, and Intent to Recommend: The Role of Gender, Age, Cultural Background, and Prior Experiences.” *Sustainability* 10, no. 1 (2017): 87.
- Kuruuzum, Ayse, and Can Deniz Koksall. “The Impact of Service Quality on Behavioral Intention in Hospitality Industry.” *International Journal of Business and Management Studies* 2, no. 1 (2010): 9–15.
- LEE, Dr, and Karen XIE. “Cognitive Destination Image, Destination Personality and Behavioral Intentions: An Integrated Perspective of Destination Branding.” 2011.
- Margahana, Helisia Margahana. “Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Oku Timur.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5, no. 2 (2020): 145–54.
- Murphy, Laurie, Pierre Benckendorff, and Gianna Moscardo. “Destination Brand Personality: Visitor Perceptions of a Regional Tourism Destination.” *Tourism Analysis* 12, no. 5–6 (2007): 419–32.
- Nur, Kholifah. “Pengaruh Kegiatan Remaja Masjid Baitul Muqorrobin Terhadap Pembentukan Akhlak Remaja Di Desa Tambung Pademawu Pamekasan, Skripsi, Jurusan Tarbiyah.” INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA, 2020.
- Papadimitriou, Dimitra, Artemisia Apostolopoulou, and Kyriaki Kaplanidou. “Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism.” *Journal of Travel Research* 54, no. 3 (2015): 302–15.
- Putri, Lucky Riana. “Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan PDRB Kota Surakarta.” *Cakra Wisata* 21, no. 1 (2020).
- Radder, Laetitia, and Xiliang Han. “An Examination of the Museum Experience Based on Pine and Gilmore’s Experience Economy Realms.” *Journal of Applied Business Research (JABR)* 31, no. 2 (2015): 455–70.
- Saha, Gour C. “Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Low-cost Airline Carriers in Thailand.” *Managing Service Quality: An International Journal*, 2009.
- Saleh, Sirajuddin. “Analisis Data Kualitatif.” Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017.
- Sedarmayanti, Hj. *Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Reflika Aditama, 2018.

- Sinaga, Kariaman, and Zufri Zaldi Siregar. “KEBIJAKAN KEPARIWISATAAN BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT.” UNDHAR PRESS, 2020.
- Sugiyono, Dr. “Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D.” *Bandung: Alfabeta*, 2010, 26–33.
- Usakli, Ahmet, and Seyhmus Baloglu. “Brand Personality of Tourist Destinations: An Application of Self-Congruity Theory.” *Tourism Management* 32, no. 1 (2011): 114–27.
- Worsfold, Kate, Ron Fisher, Ruth McPhail, Mark Francis, and Andrew Thomas. “Satisfaction, Value and Intention to Return in Hotels.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2016.