

Analisis Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Sikap Konsumtif Terhadap Preferensi Wisatawan pada Pariwisata Halal di Solok

Andika Putra¹, Nurizal Ismail², Solahuddin Al-Ayubi³

¹²³Institut Agama Islam Tazkia Bogor

¹andikaputra5931@gmail.com, ²nurizal@tazkia.id,

³solahudin@nplecturer.tazkia.id.

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the impact of three main factors: Religiousness, Halal Literacy, and Consumer Attitude on halal tourism preferences in Solok. The method employed in this research is Partial Least Square Structural Equation Modeling (SEM-PLS). The study involved 150 participants from various segments of society. The analysis results indicate that Halal Literacy significantly and positively contributes to consumer preferences in choosing halal tourism destinations. Conversely, Religiousness shows a negative influence on tourist preferences, suggesting that religious understanding does not always play a primary role in tourism decision-making. On the other hand, Consumer Attitude exhibits a significant positive impact on tourist preferences in Solok. These findings have significant implications for the halal tourism industry in Solok, highlighting the importance of halal literacy awareness and consumer attitudes towards halal products in enhancing the attractiveness of tourism destinations.

Keywords: Religiosity, Halal Literacy, Consumer Attitude, Tourist Preferences, and Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) are also components of this study.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak dari tiga faktor utama: Religiusitas, Literasi Halal, dan Sikap Konsumtif terhadap preferensi pariwisata halal di Solok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini melibatkan partisipasi dari 150 responden yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi halal berkontribusi positif yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih destinasi pariwisata. Sementara itu, religiusitas memiliki pengaruh negatif pada preferensi wisatawan, menunjukkan bahwa pemahaman agama tidak selalu menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan wisata. Di sisi lain, variabel sikap konsumtif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap preferensi wisatawan di Solok. Temuan ini memiliki implikasi yang penting bagi industri pariwisata halal di Solok, menggarisbawahi perlunya kesadaran akan literasi halal dan pentingnya sikap konsumtif terhadap produk halal untuk meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata.

Kata kunci: Religiusitas, Literasi Halal, Sikap Konsumtif, Preferensi Wisatawan, *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS)

PENDAHULUAN

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang mempresentasikan aktivitas yang diizinkan dalam ajaran Islam baik makanan, minuman, perilaku, akomodasi, dan lain sebagainya (Kassem & Scott, 2010). Pariwisata halal telah menjadi fokus utama dalam industri pariwisata global sebagai respons terhadap permintaan yang semakin meningkat dari wisatawan muslim yang menginginkan pengalaman wisata sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan mereka. Pariwisata ini juga merupakan sebuah konsep pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, dan lain sebagainya selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam (Ahmed & Atilla, 2018). Kabupaten Solok telah mulai mengembangkan infrastruktur dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, namun kesuksesan destinasi pariwisata halal tidak hanya bergantung pada ketersediaan fasilitas halal semata. Bahkan, pariwisata menjadi suatu yang kompleks karena mencakup berbagai pertimbangan sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya dan lingkungan (Jaelani, 2017).

Literasi halal adalah kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan (halal) dan terlarang (haram) yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah). Konsumen muslim memiliki perintah yang ketat dalam memandu perilaku konsumsi mereka. Namun, individu muslim mungkin memiliki kepatuhan berbeda tentang perintah. Perbedaan kepatuhan ini dapat dijelaskan oleh perbedaan tingkat literasi halal pada masing-masing individu (Salehudin, 2010). Dalam literasi, berbagai tingkatan menjadi sangat penting mulai dari tingkatan dasar hingga seseorang mampu mentransformasikan pengetahuannya dalam bentuk bahasa (Wells, 1987).

Sementara sikap konsumtif menurut Ancok (Haryani & Herwanto, 2016) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Sependapat dengan pengertian tersebut. Kotler (Haryani & Herwanto, 2016) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor kebudayaan, terdiri dari: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial; faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status; faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian; dan faktor psikologis, terdiri dari: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (Munawaroh, 2016) ada empat faktor, dua diantaranya yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu, pertama pada faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status, dapat dikatakan dalam faktor ini adalah konformitas baik dengan teman sebaya maupun keluarga. Kedua, faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia, yang biasanya digambarkan

dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan sosialisasi, kemampuan beradaptasi dan pertahanan diri, maksud dari pertahanan diri adalah kontrol diri.

Meskipun telah ada usaha memperkenalkan pariwisata halal, belum ada penelitian mendalam yang mengeksplorasi bagaimana literasi halal, religiusitas, dan sikap konsumtif wisatawan berdampak pada preferensi mereka terhadap destinasi pariwisata halal di Solok. Oleh karena itu, penelitian yang mendalam tentang variabel-variabel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi pariwisata halal di Solok.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang preferensi wisatawan terkait variabel literasi halal, tingkat religiusitas, dan sikap konsumtif, diharapkan dapat memberikan panduan berharga bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan destinasi pariwisata halal di Solok. Ini juga dapat menyediakan dasar strategis untuk meningkatkan pengalaman wisata sesuai prinsip-prinsip halal bagi para wisatawan. Penelitian ini merupakan langkah awal penting dalam meningkatkan daya saing Solok sebagai destinasi pariwisata halal unggulan di Indonesia.

Pariwisata halal telah memunculkan berbagai komponen bisnis pariwisata dalam industri mulai dari paket wisata, akomodasi, transportasi, makanan, minuman, dan lain sebagainya yang harus dipelajari dalam perspektif Islam. Dalam sudut pandang Islam, pariwisata harus menghormati nilai-nilai kemanusiaan yang mulia, etika yang menjaga martabat dan kebanggaan manusia, penghormatan terhadap lingkungan alam dan masyarakat, solidaritas sosial atau memastikan masyarakat setempat mendapatkan dampak positif dari pariwisata, menghormati wisatawan dengan berbagai latar belakang agama, dan lain sebagainya (Othman & Jamal, 2017).

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang mempresentasikan aktivitas yang diizinkan dalam ajaran Islam baik makanan, minuman, perilaku, akomodasi, dan lain sebagainya (Kassem & Scott, 2010). Pariwisata ini juga merupakan sebuah konsep pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, dan lain sebagainya selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam (Ahmed & Atilla, 2018).

Konsep ini telah memiliki tujuan untuk wisatawan Muslim dan 24 non-Muslim sehingga pengembangan pariwisata halal sangat penting karena memiliki manfaat tidak terbatas yang terbuka untuk semua kalangan (Jaelani, 2017). Hal yang menarik dalam pariwisata halal adalah tidak ada pengorbanan agama (ibadah wajib) ketika melakukan perjalanan wisata sehingga banyak negara yang mulai menggunakan konsep halal untuk pariwisata agar mampu menarik wisatawan. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Turki, dan lain sebagainya telah memasuki industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmad & Atilla, 2018).

Sementara sikap konsumtif menurut Ancok (Haryani & Herwanto, 2016) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Sependapat dengan pengertian tersebut. Kotler (Haryani & Herwanto, 2016) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor kebudayaan, terdiri dari: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial; faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status; faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian; dan faktor psikologis, terdiri dari: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (Munawaroh, 2016) ada empat faktor, dua diantaranya yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu, pertama pada faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status, dapat dikatakan dalam faktor ini adalah konformitas baik dengan teman sebaya maupun keluarga. Kedua, faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia, yang biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan sosialisasi, kemampuan beradaptasi dan pertahanan diri, maksud dari pertahanan diri adalah kontrol diri.

Meskipun telah ada usaha memperkenalkan pariwisata halal, belum ada penelitian mendalam yang mengeksplorasi bagaimana literasi halal, religiusitas, dan sikap konsumtif wisatawan berdampak pada preferensi mereka terhadap destinasi pariwisata halal di Solok. Oleh karena itu, penelitian yang mendalam tentang variabel-variabel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi pariwisata halal di Solok.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang preferensi wisatawan terkait variabel literasi halal, tingkat religiusitas, dan sikap konsumtif, diharapkan dapat memberikan panduan berharga bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan destinasi pariwisata halal di Solok. Ini juga dapat menyediakan dasar strategis untuk meningkatkan pengalaman wisata sesuai prinsip-prinsip halal bagi para wisatawan. Penelitian ini merupakan langkah awal penting dalam meningkatkan daya saing Solok sebagai destinasi pariwisata halal unggulan di Indonesia.

Pariwisata halal telah memunculkan berbagai komponen bisnis pariwisata dalam industri mulai dari paket wisata, akomodasi, transportasi, makanan, minuman, dan lain sebagainya yang harus dipelajari dalam perspektif Islam. Dalam sudut pandang Islam, pariwisata harus menghormati nilai-nilai kemanusiaan yang mulia, etika yang menjaga martabat dan kebanggaan manusia, penghormatan terhadap lingkungan alam dan masyarakat, solidaritas sosial atau memastikan masyarakat

setempat mendapatkan dampak positif dari pariwisata, menghormati wisatawan dengan berbagai latar belakang agama, dan lain sebagainya (Othman & Jamal, 2017).

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang mempresentasikan aktivitas yang diizinkan dalam ajaran Islam baik makanan, minuman, perilaku, akomodasi, dan lain sebagainya (Kassem & Scott, 2010). Pariwisata ini juga merupakan sebuah konsep pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, dan lain sebagainya selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam (Ahmed & Atilla, 2018).

Konsep ini telah memiliki tujuan untuk wisatawan Muslim dan 24 non-Muslim sehingga pengembangan pariwisata halal sangat penting karena memiliki manfaat tidak terbatas yang terbuka untuk semua kalangan (Jaelani, 2017). Hal yang menarik dalam pariwisata halal adalah tidak ada pengorbanan agama (ibadah wajib) ketika melakukan perjalanan wisata sehingga banyak negara yang mulai menggunakan konsep halal untuk pariwisata agar mampu menarik wisatawan. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Turki, dan lain sebagainya telah memasuki industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmad & Atilla, 2018).

TINJAUAN LITERATUR

Religiusitas

Religiusitas merujuk pada kedalaman keyakinan dan penghayatan seseorang terhadap keagamaannya yang tercermin dalam praktik ibadah sehari-hari, do'a, dan keterlibatan dalam kegiatan suci agama. Konsep tentang religiusitas bukan hanya terbatas hanya pada pelaksanaan ritual ibadah semata, tetapi juga mencakup berbagai dimensi kehidupan lain yang didorong oleh kekuatan spiritual. Sumber spiritualitas ini melibatkan perasaan ketergantungan yang sangat mendalam pada kekuatan luar biasa, religiusitas tidak hanya berkaitan dengan ketakutan akan ancaman dari lingkungan sekitar, melainkan juga melibatkan keyakinan individu terhadap keterbatasan dan kelemahan diri (Riansyah et al., 2024). Dipandang sebagai salah satu kekuatan budaya yang signifikan, religiusitas memiliki pengaruh yang substansial terhadap perilaku individu (Birjaman et al., 2023). Pengaruh religiusitas juga dapat memengaruhi cara konsumen Muslim menggunakan produk, dipengaruhi oleh keyakinan mereka tentang produk yang seharusnya mereka gunakan sesuai dengan ajaran agama (Ismail & Aisyah, 2023).

Literasi Halal

Literasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang melibatkan keterampilan tertentu guna menyampaikan suatu informasi maupun untuk mendapatkan suatu informasi dalam bentuk tulisan. Hakikat literasi bukan saja mengenai kemampuan membaca dan menulis namun kemampuan berpikir kritis dalam memahami berbagai

bidang (Damayantie, 2018). Literasi akan mampu membentuk suatu masyarakat yang kritis dan membentuk masyarakat berpengetahuan (The Literacy and Numeracy, 2009). Literasi merupakan hal yang melibatkan interpretasi atau bagaimana konsepsinya seseorang terhadap hal yang telah dibacanya maupun didengarnya dan literasi pun melibatkan kolaborasi yang artinya antara pemberi informasi dan penerima informasi harus bekerja sama sehingga sebuah informasi dapat diterima sebagaimana mestinya dan dapat diinterpretasikan oleh penerima. Bahkan, literasi akan melihat pemecahan masalah dimana hal ini merupakan sebuah upaya untuk mempertimbangkan berbagai informasi yang diterima untuk dapat diambil kesimpulan (Kern, 2000).

Dalam literasi, berbagai tingkatan menjadi sangat penting mulai dari tingkatan dasar hingga seseorang mampu mentransformasikan pengetahuannya dalam bentuk bahasa (Wells, 1987). Hal ini menunjukkan bahwa literasi dan ilmu pengetahuan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan bahkan literasi dapat dianggap sebagai suatu kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan kemudian menggunakan suatu informasi/pengetahuan yang dibutuhkan oleh seseorang melalui sebuah proses membaca dan menulis.

Sikap

Sikap merupakan disposisi yang menunjukkan reaksi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Sikap dianggap sebagai penilaian komprehensif yang memungkinkan individu memberikan respons yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai (Wahyuni, 2008). Sikap adalah tanggapan terhadap suatu objek atau situasi yang cenderung tetap, didasari oleh perasaan tertentu, dan menjadi dasar untuk menentukan respons atau perilaku tertentu yang akan dipilih oleh individu (Mulyana, 2013). Menurut Sunaryo (2016), sikap adalah kecenderungan individu untuk memberikan respons tertentu terhadap stimulus atau objek tertentu yang mungkin berupa penerimaan, respons, penghargaan, dan tanggung jawab (Notoatmodjo dalam Febriyanto, 2016).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan instrumen kuesioner dan menerapkan teknik analisis *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) sebagai alternatif disebabkan oleh ketidak-syaratannya distribusi data yang bersifat normal secara multivariat. Dalam aplikasi SEM menggunakan PLS, nilai dari variabel yang bersifat laten dapat dihitung perkiraannya berdasarkan gabungan linier dari variabel-variabel konkret yang terkait dengan variabel laten tersebut. Variabel konkret ini kemudian digunakan sebagai representasi atau pengganti dari variabel laten yang sebenarnya.

a. Pengumpulan Data

Dalam rangka penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden guna mengumpulkan data kuantitatif. Sejumlah 150 kuesioner diberikan kepada berbagai kalangan wisatawan yang berkunjung ke daerah Solok. Responden berasal dari berbagai rentang usia, mulai dari 18 tahun hingga di atas 30 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara luas dan merata di antara para pengunjung wisata yang beragam latar belakangnya.

b. Pengolahan Data

Struktural Equation Modeling Partial Least Square (SEM - PLS) adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk menilai model yang terdiri dari hubungan linier antara variabel, terutama variabel yang tidak dapat diamati secara langsung. Metode ini melibatkan dua tahap evaluasi yang berbeda:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*): Tujuan dari tahap ini adalah untuk menguji validitas dan reliabilitas model pengukuran. Terdapat tiga aspek utama yang dievaluasi:
 - Konvergen Validity: Nilai loading factor diharapkan lebih besar dari 0,7, menunjukkan validitas konvergen.
 - Diskriminan Validity: Nilai cross loading diharapkan lebih besar dari 0,7, menunjukkan validitas diskriminan antara Variabel.
 - Konsistensi Internal: Diperiksa melalui nilai Composite Reliability yang seharusnya lebih besar dari 0,7. Koefisien Cronbach Alpha juga bisa digunakan sebagai indikator konsistensi internal (Saputra, 2018).
2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*): Tahap ini bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif. Penggunaan R-square berguna untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi pada Variabel endogen. Selain itu, nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel

c. Analisis

Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak smartPLS SEM (Structural Equation Modeling - Partial Least Square). Pendekatan PLS digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel dan melakukan analisis secara menyeluruh dalam satu proses pengujian. Tujuan utama dari pendekatan PLS adalah untuk mengkonfirmasi teori yang ada dan menjelaskan keterkaitan antara variabel yang tidak langsung dapat diobservasi. Metode PLS mampu menggambarkan variabel yang tidak langsung dapat diamati dan diukur melalui indikator yang terukur. Peneliti memilih Partial Least Square

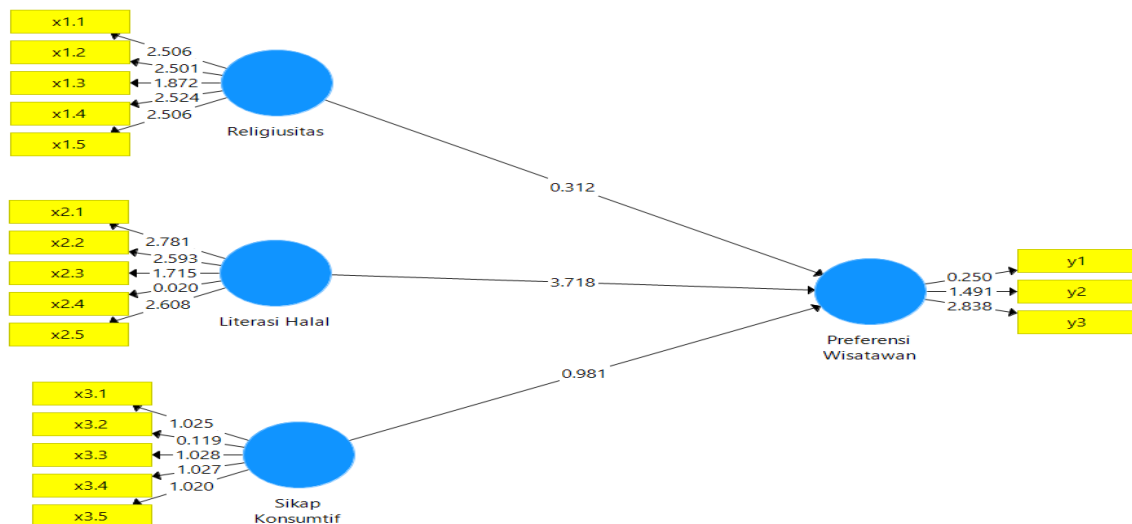
karena memungkinkan pengukuran variabel yang tidak langsung dapat diamati berdasarkan indikator, sehingga memungkinkan analisis yang detail dan terperinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas konvergen

Validitas konvergen dalam PLS-SEM digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kumpulan indikator mencerminkan satu variabel laten atau Variabel yang mendasarinya dengan baik. Validitas konvergen menilai apakah indikator yang dipilih secara efektif merepresentasikan variabel laten yang ingin diukur. Ini diperiksa dengan memeriksa unidimensionalitas melalui nilai Average Variance Extracted (AVE). AVE adalah rata-rata dari varians yang diekstraksi oleh indikator terhadap variabel laten, dan nilai minimal yang diinginkan adalah 0,5. Jika nilai AVE mencapai atau melebihi 0,5, ini menunjukkan bahwa validitas konvergen telah terpenuhi, yang berarti variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi dari indikatornya. Oleh karena itu, dalam analisis validitas konvergen, penilaian dilakukan berdasarkan loading faktor atau outer loading serta nilai AVE.

Gambar 1. Kerangka Model Outer loadings



Dalam PLS-SEM, validitas konvergen indikator diukur dengan melihat nilai outer loadings yang harus melebihi 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) yang minimal mencapai 0,50. Menurut Chin & Todd (1995), indikator yang memenuhi kriteria ini dianggap memiliki validitas konvergen yang tinggi. Dalam gambar 1, semua indikator memiliki nilai outer loadings yang melebihi ambang batas 0,70, menunjukkan bahwa mereka memiliki tingkat validitas yang baik.

Setelah memastikan validitas konvergen, langkah berikutnya adalah menguji reliabilitas dalam PLS-SEM menggunakan dua metode, yaitu cronbach's alpha dan composite reliability. Cronbach's alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas minimal suatu Variabel, sementara composite reliability lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal Variabel secara lebih akurat. Menurut Ghozali (2016), nilai Composite Reliability dan cronbach's alpha yang diinginkan adalah lebih dari 0,7, menandakan bahwa Variabel tersebut memiliki konsistensi internal yang memadai.

Tabel 1. Uji Diskriminan Validitas dan Reliabilitas Komposit

Sumber: diolah penulis

Variabel	indikator	Outer loading	AVE	Hasil
Religiusitas (x1)	X1_1	0,720	0,754	Valid
	X1_2	0,843		Valid
	X1_3	0,732		Valid
	X1_4	0,768		Valid
	X1_5	0,872		Valid
Literasi halal (x2)	X2_1	0,704	0,867	Valid
	X2_2	0,839		Valid
	X2_3	0,705		Valid
	X2_4	0,734		Valid
	X2_5	0,722		Valid
Sikap konsumtif (x3)	X3_1	0,849	0,761	Valid
	X3_2	0,882		Valid
	X3_3	0,813		Valid
	X3_4	0,799		Valid
	X3_5	0,703		Valid
Preferensi wisatawan	Y1	0,765	0,798	Valid
	Y2	0,865		Valid
	Y3	0,943		Valid

Dari hasil uji Convergent Validity pada tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa Variabel Religiusitas (X1), Literasi halal (X2), Sikap Konsumtif (X3) dan Preferensi Wisatawan (Y) memiliki nilai di atas 0,7 dan nilai AVE di atas 0,5 yang menunjukkan bahwa uji Validitas tersebut dianggap valid atau berhasil. Seperti yang dikemukakan oleh (Chin 1998) dan (Hair et al., 2019), menunjukkan bahwa nilai outer loadings yang melebihi 0,7 menunjukkan validitas yang kuat dari indikator

terhadap variabel laten. Selain itu, nilai AVE yang melebihi 0,5 menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten menggambarkan variabel laten dengan baik dalam model PLS-SEM.

Oleh karena itu, hasil uji Convergent Validity yang menunjukkan nilai outer loadings di atas 0,7 dan nilai AVE di atas 0,5 untuk variabel Religiusitas (X1), Literasi Halal (X2), Sikap Konsumtif (X3), dan Preferensi Wisatawan (Y) mengkonfirmasi bahwa Variabel-variabel ini dapat dipercaya dalam mengukur variasi dari variabel laten yang diamati dalam penelitian ini.

Inner model

Tabel 2. Uji Diskriminan dan Reliabilitas Komposit

	R square	R square Adjusted
Preferensi wisatawan	0,431	0,415

Sumber : diolah penulis

Tabel 3. Uji Diskriminan dan Reliabilitas Komposit

	Composite reliability	Cronbach's Alpha	keterangan
Religiusitas	0,821	0,723	Reliabel
Literasi halal	0,823	0,766	Reliabel
Sikap konsumtif	0,803	0,735	Reliabel
Preferensi wisatawan	0,845	0,867	Reliabel

Sumber : diolah penulis

Model struktural atau *inner model* dalam analisis SEM bertujuan untuk memodelkan hubungan sebab-akibat antara variabel laten berdasarkan teori yang mendasarinya. Ini mencakup prediksi tentang bagaimana variabel laten saling mempengaruhi satu sama lain. Dalam konteks pengujian menggunakan Bootstrapping pada perangkat lunak SMART PLS, tujuannya adalah untuk menguji hubungan antara Variabel laten.

Salah satu pengujian yang dilakukan dalam model struktural adalah menghitung R Square untuk Variabel endogen. R Square digunakan untuk menilai sejauh mana variasi dalam Variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel laten lain yang ada dalam model. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) R Square memberikan gambaran tentang seberapa baik Variabel endogen diprediksi oleh variabel laten lainnya dalam model.

Dalam penelitian ini, tabel 2 menunjukkan bahwa sekitar 43,1% variasi dalam Preferensi Wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel laten yang ada dalam model. Nilai R Square Adjusted, yang mengoreksi untuk kompleksitas model dan

jumlah variabel, menunjukkan bahwa sekitar 41,5% variabilitas tersebut dapat dijelaskan secara konservatif.

Penelitian sebelumnya telah menegaskan bahwa R Square digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel endogen dalam model struktural dapat dijelaskan oleh variabel-variabel prediktor (Chin, 1998). Ini membantu dalam menilai kontribusi yang diberikan oleh variabel laten lain terhadap variasi dari variabel yang diamati.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua Variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi, baik dari segi Composite Reliability maupun Cronbach's Alpha. variabel Religiusitas menunjukkan nilai Composite Reliability sebesar 0,821 dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,723. Literasi Halal memiliki nilai Composite Reliability 0,823 dan Cronbach's Alpha 0,766. Sikap Konsumtif memiliki nilai Composite Reliability 0,803 dengan Cronbach's Alpha 0,735. Sementara itu, Preferensi Wisatawan memiliki nilai Composite Reliability tertinggi, yaitu 0,845, dan Cronbach's Alpha sebesar 0,867.

Hasil ini menandakan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing Variabel dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan standar umum yang merekomendasikan nilai reliabilitas di atas 0,7 untuk memastikan keandalan pengukuran dalam analisis struktural.

Uji Hipotesis

Hipotesis 1 : Pengaruh Literasi Halal terhadap Preferensi Wisatawan

Variabel literasi halal menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi wisatawan dengan nilai koefisien sebesar 0,392. Nilai t-statistik yang sebesar 3,718 melebihi nilai ambang batas kritis 1,96, dan P-Value sebesar 0,000 jauh lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,005). Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh literasi halal (X1) terhadap preferensi wisatawan (Y) memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurul hidayati *et al.*,2015), yang menyatakan bahwa literasi halal memiliki pengaruh positif terhadap preferensi wisatawan untuk memilih destinasi wisata halal. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan penelitian oleh (Yuniarti *et al.*,2017), yang menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung pada wisata halal di Sumatera Barat.

Hipotesis 2 : Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Wisatawan

Variabel religiusitas menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap preferensi wisatawan dengan nilai koefisien sebesar -0,031. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat suatu hubungan yang cenderung negatif antara variabel religiusitas (X2) dan

preferensi wisatawan (Y). Selain itu, dari nilai koefisien jalur yang mendekati -1, ini menandakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh negatif.

Penjelasan lebih lanjut didapat dari nilai t-statistik sebesar 0,312 yang lebih kecil dari nilai ambang batas kritis yang seharusnya adalah 1,96. Dengan nilai t-statistik di bawah ambang batas ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel religiusitas terhadap preferensi wisatawan tidak signifikan secara statistik. Hal ini diperkuat oleh nilai P-Value sebesar 0,775 yang jauh lebih besar dari tingkat signifikansi yang umumnya ditetapkan pada 0,05.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat temuan yang menunjukkan bahwa religiusitas (X2) tidak selalu memiliki dampak positif terhadap preferensi wisatawan (Y) dalam memilih destinasi wisata. Dalam konteks ini, meskipun ada variabel pemahaman agama yang tinggi, hal ini tidak selalu mendorong atau mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata.

Hipotesis 3 : Pengaruh Sikap Konsumtif terhadap Preferensi Wisatawan

Variabel sikap menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi wisatawan dengan nilai koefisien sebesar 0,390. Nilai t-statistik yang sebesar 0,398 melebihi nilai ambang batas kritis 1,96, dan P-Value sebesar 0,000 jauh lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,005). Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sikap konsumtif (X3) terhadap preferensi wisatawan (Y) memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rahmi Yanti *et al.*,2019), yang menyatakan bahwa sikap konsumtif memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung pada destinasi wisata halal di Sumatera Barat. Sikap konsumtif yang tinggi dan termotivasi oleh keinginan untuk berbelanja lebih cenderung untuk mengunjungi kawasan wisata di Sumatera Barat (Dwi Wulandari *et al.*,2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman akan literasi halal, yakni kesadaran terhadap kehalalan produk dan layanan dalam pariwisata, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi wisatawan. Hal ini menunjukkan kecenderungan wisatawan memilih destinasi yang memperhatikan aspek kehalalan. Sementara itu, variabel religiusitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap preferensi wisatawan, menandakan bahwa pemahaman agama tidak selalu menjadi faktor utama dalam mempengaruhi pilihan destinasi wisatawan.

Di sisi lain, variabel sikap konsumtif menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap preferensi wisatawan. Kecenderungan untuk mengonsumsi produk atau layanan halal dalam pariwisata mempengaruhi keinginan wisatawan

dalam memilih destinasi yang memperhatikan aspek kehalalan. Implikasi dari temuan ini sangat penting bagi industri pariwisata halal di Solok, menggarisbawahi perlunya kesadaran akan literasi halal dan sikap konsumtif terhadap produk halal sebagai pendorong peningkatan daya tarik destinasi pariwisata.

Temuan bahwa faktor religiusitas tidak selalu mendominasi preferensi wisatawan dalam memilih destinasi pariwisata menunjukkan bahwa strategi pemasaran perlu lebih holistik dan tidak hanya terfokus pada aspek keagamaan. Peningkatan literasi halal dan penguatan sikap konsumtif terhadap produk halal menjadi kunci dalam strategi pengembangan industri pariwisata halal yang lebih efektif.

Industri pariwisata di Solok perlu meningkatkan pemahaman tentang literasi halal di kalangan pelaku usaha pariwisata dan masyarakat lokal. Upaya harus dilakukan untuk mempromosikan sikap konsumtif yang positif terhadap produk dan layanan halal di sektor pariwisata. Ini dapat dilakukan melalui kampanye promosi yang menyoroti nilai dan keunggulan produk halal, serta menyediakan opsi yang memenuhi standar kehalalan. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan lembaga sertifikasi halal perlu diperkuat untuk membangun infrastruktur dan layanan yang mendukung pariwisata halal di Solok. Sertifikasi halal akan memberikan keyakinan kepada wisatawan bahwa produk dan layanan yang mereka nikmati memenuhi standar kehalalan yang diakui secara global.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih destinasi pariwisata halal di Solok. Hal ini memberikan pedoman yang berharga bagi industri pariwisata dalam meningkatkan daya tarik dan menyediakan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan bagi para wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. J., & Akbaba, A. (2018). The potential of halal tourism in Ethiopia: opportunities, challenges and prospects. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 13-22.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Birjaman, M. I., Ismail, N., & Mahfudz, S. (2023). The Islamic Social Finance in Poverty Alleviation: R Biblioshiny Method Approach. *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law*, 7(2), 51-70.
- Brumitt, B., Meyers, B., Krumm, J., Kern, A., & Shafer, S. (2000). Easyliving: Technologies for intelligent environments. In *Handheld and Ubiquitous Computing: Second International Symposium, HUC 2000 Bristol, UK, September 25-27, 2000 Proceedings 2* (pp. 12-29). Springer Berlin Heidelberg.

- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Damayantie, N., Heryani, E., & Muazir, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penatalaksanaan Hipertensi oleh Penderita di Wilayah Kerja Puskesmas Sekernan Ilir Kabupaten Muaro Jambi tahun 2018. *Jurnal Ners dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery)*, 5(3), 224-232.
- Dwisaputra, M., & Achnes, S. (2017). *Motivasi Pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi Sumatera Barat* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11.
- Ismail, N., & Aisyah, S. (2023). Reexamining the Notion of Wealth Management: Insights from the Qur'an and Hadith. *Tathawwur: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Keuangan Islam*, 1(1), 1-14.
- Jaelani, A. (2016). Islamic tourism development in Cirebon: The study of heritage tourism in Islamic economic perspective. *Journal of Economics Bibliography*, 3(2).
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *International Review of management and Marketing*, 7(3), 25-34.
- Kern, R. (2000). *Literacy and language teaching*. Oxford University Press.
- McFadden, L. D., Wells, S. G., & Jercinovich, M. J. (1987). Influences of eolian and pedogenic processes on the origin and evolution of desert pavements. *Geology*, 15(6), 504-508.
- Riansyah, A., & Ismail, N. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Wisata Halal, dan Perilaku Wisatawan Terhadap Minat Berwisata Halal di Provinsi Riau. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 110-126.
- Saad Sanad, H., Mounier Kassem, A., & Scott, N. (2010). Chapter 2 Tourism and Islamic Law. In *Tourism in the Muslim World* (pp. 17-30). Emerald Group Publishing Limited.
- Salehudin, I. (2010). Halal literacy: A concept exploration and measurement validation. *ASEAN Marketing Journal*, 2(1), 1-12.
- Sanad, H. S., Kassem, A. M., & Scott, N. (2010). Tourism and Islamic law. In *Tourism in the Muslim world* (Vol. 2, pp. 17-30). Emerald Group Publishing Limited.
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. (2019). Persepsi, sikap dan minat pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 137-156.

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
- Setiawan, F., & Malik, M. A. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Perceived Value terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Halal di Sumatera Barat. *Jurnal Ekobistek*, 245-250.
- Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Efisiensi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Melalui Sistem E-Procurement Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajerial*, 6(2), 68-80.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 30-37.
- Wahyuni, S. (2024). Efek Mediasi Literasi Halal dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Konsumsi terhadap Pariwisata Halal. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(1), 67-81.
- Wells, G. (1987). Apprenticeship in literacy. *Interchange*, 18(1), 109-123.