

Abstrak

Saat ini banyak sekali bisnis yang bergerak di bidang pariwisata dimana dia lebih memfokuskan kepada makanan halal, penyediaan fasilitas ibadah, dll . Salah satu pelayanan yang paling digemari adalah wisata halal nya karena Marketing adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang memiliki nilai satu sama lain. (Kotler, 2000). Marketing merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi suatu perusahaan, dimana marketing bukan hanya prinsip mengenai bagaimana untuk menjual saja, tetapi bagaimana memberikan kepuasan kepada konsumen..

Populasi dari penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah melakukan perjalanan wisata halal di Jawa Barat tepatnya di Kota Bandung, untuk mendapatkan jumlah sampel diperoleh total sampel sebanyak 100 responden. Survei kepada responden dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form sebagai teknik pengumpulan data. Data dimasukkan ke Structural Equation Model (SEM) untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan SmartPLS.

Berdasarkan pengolahan data dengan SmartPLS, ditemukan bahwa Halal Tourism memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction. Dnn, Didapat juga bahwa Customer Engagement memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction. Selain itu, ditemukan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Halal Tourism.

Kata kunci: Halal Tourism, Kepuasan Pelanggan, Religiusitas, Keterlibatan Pelanggan