

## ABSTRAK

Sektor pariwisata termasuk salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia. Organisasi Pariwisata Dunia (United Nation World Tourism Organization/UNWTO) memprediksi jumlah wisatawan akan mencapai pada 1,8 miliar pada tahun 2030. Jawa Barat memiliki potensi yang besar bagi perkembangan wisata religi di Indonesia. Selama liburan akhir tahun 2022 mencapai 1.18 juta wisatawan mendatangi Kota Bandung. Untuk mengembangkan potensi tersebut, pemerintah setempat meresmikan Masjid Al Jabbar, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat menjadi destinasi wisata religi baru di wilayah Jawa Barat sebagai pusat edukasi Islam, wisata religi dan ruang interaksi publik representatif warga Jawa Barat bahkan ASEAN. Peresmian Masjid Al Jabbar ini diharapkan dapat meningkatkan peniatan wisatawan terkait wisata religi dan meningkatkan kekuatan penggerak ekonomi yang luas.

Penelitian ini bertujuan untuk memvalidasi niat wisatawan terhadap wisata religi di Kota Bandung terkhususnya Masjid Al Jabbar. Aspek-aspek yang akan diteliti meliputi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, religiusitas dan pengetahuan wisatawan dalam mempengaruhi niat untuk berkunjung dan merekomendasikan wisata religi Masjid Al Jabbar.

Dalam mewujudkan tujuan dari penelitian ini, dilakukan metode penelitian secara kuantitatif dalam bentuk survei. Pembentukan survei tersebut akan dibuat sebanyak 30 item pertanyaan yang mengandung teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behaviour*). Pada teori tersebut, terdapat tiga variabel yang berkesinambungan dengan aspek pada tujuan penelitian untuk menentukan hasil dari niat wisatawan mengunjungi wisata Masjid Al Jabbar. Variabel lainnya yang juga ditambahkan pada penelitian ini ialah religiusitas dan pengetahuan. Terdapat 100 sampel pada pengujian yang telah dilakukan. Data kuisioner akan diolah menggunakan analisa data *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan pengetahuan terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung dan niat merekomendasikan wisatawan. Sedangkan variabel religiusitas tidak memberikan pengaruh positif signifikan terhadap niat merekomendasikan.

**Kata kunci:** Pariwisata, Theory of Planned Behaviour, Niat Berkunjung.