

## ABSTRAK

**Asmaul Hasanah, Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar *Marketing Agility* Dan Atribut Wisata Halal Pada Destinasi Wisata Di Bangkalan di bawah Bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si.**

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Kabupaten Bangkalan merupakan daerah wisata yang telah menerapkan wisata halal dan mulai mengembangkan berbagai objek wisata halal. Destinasi wisata di Bangkalan sangat banyak yaitu wisata religi, wisata budaya, wisata kuliner, wisata alam, wisata bahari dan lainnya. Kekayaan wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan merupakan sebagian kecil contoh dari sekian banyak pariwisata yang masih belum tereksplor utuh, sehingga perlu pengelolaan dan pengembangan pada beberapa potensi agar dapat menguatkan kearifan dan kebudayaan lokal yang harus dilestarikan. Sehingga memerlukan strategi khusus seperti *marketing agility* yang dapat diterapkan dan juga adanya atribut wisata halal yang memupuni wisatawan muslim ataupun non muslim untuk merasakan kepuasan dan kenyamanan berwisata. Kemudian outputnya akan banyak wisatawan yang berminat untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata di Bangkalan. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Wawancara, observasi, dan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian diperoleh bahwa *Marketing Agility* berpengaruh signifikan positif terhadap atribut wisata halal dan minat berkunjung kembali. Atribut wisata halal berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkunjung kembali. Hasil penelitian juga terdapat pengaruh secara tidak langsung *marketing agility* terhadap minat berkunjung kembali melalui atribut wisata halal. Bahwa atribut wisata halal berperan dalam memediasi minat berkunjung kembali pada destinasi wisata di Bangkalan.

**Kata Kunci :** Wisata halal, *marketing agility*, atribut wisata halal, minat berkunjung kembali

## **ABSTRACT**

***Asmaul Hasanah, Interest in Revisiting Based on Marketing Agility and Halal Tourism Attributes at Tourist Destinations in Bangkalan under the Guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si.***

The concept of halal tourism is a process of integrating Islamic values into all aspects of tourism activities. Bangkalan Regency is a tourist area that has implemented halal tourism and has begun to develop various halal tourist attractions. There are many tourist destinations in Bangkalan, namely religious tourism, cultural tourism, culinary tourism, nature tourism, marine tourism and others. The wealth of tourism in Bangkalan Regency is a small example of the many types of tourism that have not yet been fully explored, so it is necessary to manage and develop several potentials in order to strengthen local wisdom and culture which must be preserved. So it requires special strategies such as marketing agility that can be implemented and also the existence of halal tourism attributes that enable Muslim and non-Muslim tourists to experience satisfaction and comfort when traveling. Then the output will be many tourists who are interested in visiting tourist destinations in Bangkalan again. This research uses quantitative descriptive research methods using primary data and secondary data. Interviews, observation and documentation are data collection techniques used in this research. The research results showed that Marketing Agility had a significant positive effect on halal tourism attributes and interest in returning to visit. Halal tourism attributes have a significant positive effect on interest in returning to visit. The research results also show an indirect influence of marketing agility on interest in returning to visit through halal tourism attributes. That halal tourism attributes play a role in mediating interest in returning to tourist destinations in Bangkalan.

**Keywords:** Halal tourism, marketing agility, halal tourism attributes, revisit intention