

ABSTRACT

Sektor pariwisata merupakan suatu sektor perekonomian yang memiliki perspektif dan industri yang masif, sebab memiliki keuntungan secara sosial dan ekonomi. Salah satu sektor pariwisata yang sedang berkembang saat ini adalah sektor pariwisata halal yang memiliki tren tersendiri dalam perkembangan ekonomi Islam di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variabel Lingkungan, Komunikasi Word of Mouth dan pengetahuan halal terhadap minat berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berminat berkunjung ke objek wisata pemandian Putri Naga. Metode sampling dalam kajian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan yang didasari dengan pertimbangan tertentu yang di selaraskan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil analisis data dan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dimana menguji tiga hipotesis pengaruh lingkungan, komunikasi *Word Of Mouth* dan pengetahuan terhadap minat berkunjung, dengan objek pemandian Putri Naga. Dapat di simpulkan bahwa lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada wisatawan pemandian Putri Naga. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil nilai t_{hitung} yaitu 2,805 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikan 0.006 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0.05$. Komunikasi *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada wisatawan pemandian Putri Naga. Dimana nilai t_{hitung} yaitu 4,109 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0.05$. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada wisatawan pemandian Putri Naga. dimana nilai t_{hitung} yaitu 2,752 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikan 0.007 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0.05$.

Kata Kunci: Lingkungan, Komunikasi *Word Of Mouth*, pengetahuan.

ABSTRACT

The tourism sector is an economic sector that has a massive perspective and industry, because it has social and economic benefits. One of the tourism sectors that is currently developing is the halal tourism sector which has its own trend in the development of the Islamic economy in Indonesia. This study aims to determine the effect of Environmental Variables, Word of Mouth Communication and halal knowledge on visiting interest. The population in this study were tourists who were interested in visiting the Putri Naga bathing tourist attraction. The sampling method in this study was purposive sampling. Purposive sampling is a sampling determination technique that is carried out based on certain considerations that are aligned with the objectives of the study. Based on the results of data analysis and hypothesis testing conducted in this study which tested three hypotheses of the influence of the environment, Word Of Mouth communication and knowledge on visiting interest, with the Putri Naga bathing object. It can be concluded that the environment has a positive and significant effect on visiting interest in Putri Naga bathing tourists. This can be shown by the results of the t-count value, which is 2.805, which is greater than the t-table value of 1.985 and a significant value of 0.006, which is smaller than the value of $\alpha = 0.05$. Word of mouth communication has a positive and significant effect on the interest in visiting Putri Naga bathing tourists. Where the t-value is 4.109 which is greater than the t-table value of 1.985 and the significant value is 0.000 which is smaller than the value of $\alpha = 0.05$. Knowledge has a positive and significant effect on the interest in visiting Putri Naga bathing tourists. where the t-value is 2.752 which is greater than the t-table value of 1.985 and the significant value is 0.007 which is smaller than the value of $\alpha = 0.05$. Kata Kunci:

Keywords: *Environment, Word Of Mouth Communication, knowledge.*