

## ABSTRAK

Penelitian ini memaparkan pengaruh *experience quality*, *perceived value*, dan *destination image* terhadap *behavioral intention* pada objek wisata halal Pantai Bantayan Kecamatan Seunuddon Kabupaten Aceh Utara. Masalah utama dalam penelitian ini didasari dari pandangan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan niat beli ulang pada objek wisata Pantai Bantayan. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah *experience quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada objek wisata halal Pantai Bantayan Kecamatan Seunuddon Kabupaten Aceh Utara?, 2) Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada objek wisata halal Pantai Bantayan Kecamatan Seunuddon Kabupaten Aceh Utara?, 3) Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada objek wisata halal Pantai Bantayan Kecamatan Seunuddon Kabupaten Aceh Utara?, 4) Apakah *experience quality*, *perceived value*, dan *destination image* secara bersamaan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada objek wisata halal Pantai Bantayan Kecamatan Seunuddon Kabupaten Aceh utara? Adapun jenis penelitian ini yang penulis gunakan disini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi lapangan (*field study*) serta pengukuran penelitian menggunakan skala likert dengan perhitungan menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experience quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*, *perceived value* berpengaruh negatif dan signifikan, dan *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*, begitu juga dengan simultan diperoleh  $f_{hitung} > f_{table}$ , maka tolak  $H_0$  terima  $H_4$ .

**Kata Kunci** : *experience quality*, *perceived value*, *destination image*, *behavioral intention*, objek wisata halal pantai



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN  
LHOKSEUMAWE