



Persepsi Dan Ekspektasi Wisatawan Muslim Terhadap Fasilitas Halal Di Destinasi Wisata Lombok

Jum'atul Aolia¹, Dira Meisyaqia Andriani², Putri Aulia³, Novi Yanti Sandra Dewi⁴, Ahadiah Agustina⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram

email: dirameisyaqia@gmail.com, Putteyyy05@gmail.com, noviyanti.sandradewi@gmail.com, ahadiah.agustina92@gmail.com

This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

Copyright (c) 2025 Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata



Corresponding Author: Jum'atul Aolia, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram,
Jumatul.aolia.sebaluan@gmail.com

Received Date: 23 Oktober 2025

Revised Date: 7 November 2025

Accepted Date: 27 November 2025

Artikel Info

Kata kunci: fasilitas halal, persepsi dan ekspektasi, wisata halal dan destinasi wisata.

Abstrak

Pengembangan destinasi wisata halal sebagai respons terhadap meningkatnya jumlah wisatawan Muslim, khususnya di Lombok yang dikenal sebagai destinasi wisata halal unggulan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal yang mencakup makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi ramah Muslim, serta menganalisis pengaruh keduanya terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif asosiatif. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 wisatawan Muslim yang memiliki pengalaman langsung terhadap fasilitas halal di Lombok. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan terhadap fasilitas halal di Lombok, dengan kontribusi sebesar 63,1%. Secara parsial, persepsi memberikan pengaruh sebesar 65,4% dan ekspektasi sebesar 23,5%. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas dan kesesuaian layanan halal dengan harapan wisatawan. Kesimpulannya, keberhasilan pengembangan wisata halal di Lombok sangat bergantung pada sejauh mana destinasi mampu memenuhi persepsi positif dan ekspektasi tinggi wisatawan Muslim secara berkesinambungan.

Abstract

The development of halal tourist destinations is a response to the increasing number of Muslim tourists, especially in Lombok which is known as a leading halal tourist destination. The main purpose of this study is to examine Muslim tourists' perceptions and expectations of halal facilities which include halal food, places of worship, and Muslim-friendly accommodation, and analyze their influence on tourist satisfaction. This study uses a quantitative approach with an associative descriptive method. The sample was selected using purposive sampling technique with a total of 100 Muslim tourists who had direct experience of halal facilities in Lombok. The results showed that the perceptions and expectations of Muslim tourists simultaneously had a significant effect on satisfaction with halal facilities in Lombok, with a contribution of 63.1%. Partially, perceptions have an influence of 65.4% and expectations of 23.5%. This finding confirms the importance of improving the quality and suitability of halal services to tourist expectations. In conclusion, the successful development of halal tourism in Lombok is highly dependent on the extent to which destinations are able to meet the positive perceptions and high expectations of Muslim tourists on an ongoing basis.

Keywords: Halal facilities, Perceptions and Expectations, Halal tourism.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata halal sebagai salah satu segmen industri pariwisata menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim (Wijaya et al., 2021). Dalam konteks globalisasi dan keberagaman destinasi wisata, penting bagi para pemangku kepentingan untuk memahami kebutuhan khusus ini, mulai dari akomodasi yang sesuai syariah hingga fasilitas ibadah yang memadai (Suhandi, 2023). Menurut laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023, jumlah wisatawan Muslim diperkirakan mencapai 230 juta orang pada tahun 2023, dengan pengeluaran mencapai lebih dari 200 miliar dolar AS. Angka-angka ini mencerminkan potensi besar yang dimiliki sektor pariwisata halal, sehingga menjadi tantangan sekaligus kesempatan bagi negara-negara dan destinasi wisata untuk berinovasi dalam memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang ini (Nasrulloh et al., 2023).

Wisatawan Muslim memiliki karakteristik utama yang mencerminkan kepekaan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah selama perjalanan, yang berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi dan pengalaman wisata mereka. Mereka cenderung mencari fasilitas halal, termasuk makanan yang sesuai dengan kaidah syariah, tempat ibadah yang mudah diakses, dan akomodasi yang ramah Muslim (Noviyani & Ratnasari, 2021). Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan perjalanan, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan selama berwisata. Dengan semakin meningkatnya permintaan akan layanan dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan spesifik ini, penting bagi industri pariwisata untuk beradaptasi dan menyediakan pengalaman yang sesuai bagi wisatawan Muslim, agar dapat menarik dan mempertahankan segmen pasar yang terus berkembang ini (Koranti et al., 2017).

Fasilitas halal memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata bagi wisatawan Muslim, karena menyediakan kenyamanan dan kepastian bahwa pengalaman perjalanan mereka sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Dasangga & Ratnasari, 2022). Namun, destinasi wisata global menghadapi berbagai tantangan dalam menyediakan fasilitas halal yang memenuhi standar dan kebutuhan khusus wisatawan Muslim, seperti pengadaan makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi yang ramah Muslim (Putri et al., 2025). Beberapa destinasi, seperti Kuala Lumpur dan Istanbul, telah berhasil mengintegrasikan fasilitas halal secara efektif, menjadikannya sebagai daya saing yang kuat dalam menarik wisatawan Muslim. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan perhatian yang tepat terhadap kebutuhan pasar, destinasi-destinasi ini tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim, tetapi juga memperluas pangsa pasar mereka di industri pariwisata global (Alam et al., 2024).

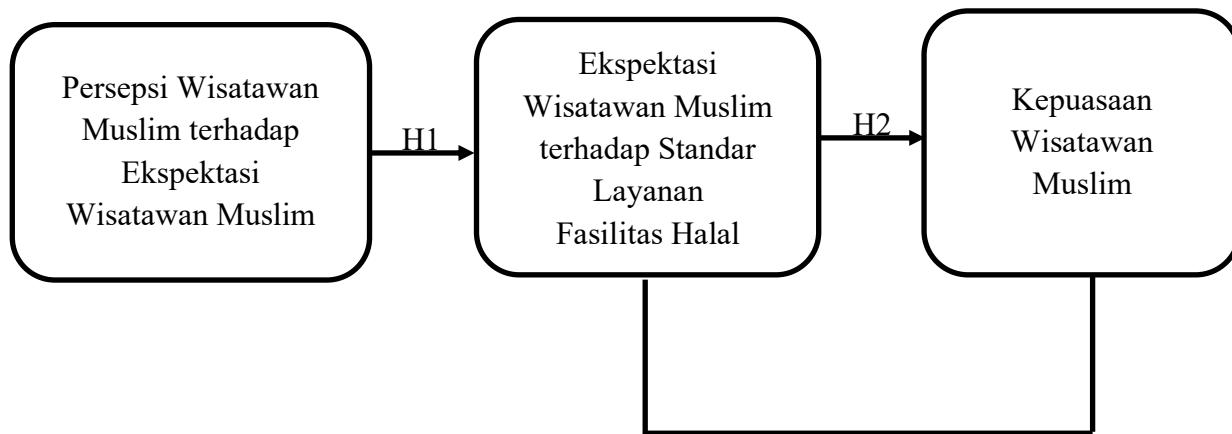
Dalam konteks perilaku wisatawan Muslim, persepsi merujuk pada cara mereka memandang fasilitas halal, sedangkan harapan mencakup standar dan kualitas layanan yang diinginkan. Bagi wisatawan Muslim, fasilitas halal memiliki peran penting dalam menjaga kepatuhan terhadap ajaran agama, yang secara langsung memengaruhi pengalaman dan kepuasan mereka selama perjalanan. Rusmiati (2024) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti preferensi individu, tingkat religiusitas, dan persepsi sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi destinasi dengan sertifikasi halal. Poernomo et al. (2022) menjelaskan bahwa wisatawan Muslim mengharapkan standar kebersihan yang tinggi, kepatuhan terhadap aturan makanan halal, serta lingkungan yang ramah dan menghormati nilai-nilai Islam, meskipun standar ini dapat berbeda antar destinasi. (Prawira et al., 2023) menyatakan bahwa Kesesuaian antara harapan ini dan kualitas fasilitas halal yang sebenarnya secara langsung memengaruhi kepuasan wisatawan, termasuk kesediaan mereka untuk kembali mengunjungi destinasi tertentu.

Penelitian mengenai pariwisata halal selama ini cenderung berfokus pada penyediaan fasilitas halal, namun belum secara mendalam mengkaji persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim yang sesungguhnya menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman berwisata. Shmailan (2023) menegaskan bahwa meskipun preferensi terhadap produk halal dan peran budaya Islam telah banyak dibahas, kajian komprehensif mengenai bagaimana persepsi dan harapan wisatawan Muslim memengaruhi kepuasan wisata mereka masih terbatas. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal serta bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan wisatawan, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan destinasi wisata halal. Nor et al. (2023) mengemukakan bahwa mengungkapkan perlunya inisiatif dari para pemangku kepentingan dalam mempromosikan pariwisata halal, namun kajian ini belum secara

memadai membahas pengalaman subjektif wisatawan. Selain itu, analisis bibliometrik menunjukkan adanya peningkatan minat terhadap perilaku konsumen dalam pariwisata halal, tetapi terdapat kesenjangan penelitian dalam mengeksplorasi secara menyeluruh harapan dan persepsi wisatawan Muslim. (Putera & Rakhel (2023) menunjukkan bahwa pemahaman mendalam mengenai aspek-aspek ini sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian di masa depan perlu memprioritaskan eksplorasi terhadap persepsi dan harapan wisatawan Muslim agar layanan pariwisata halal dapat lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian terbaru menunjukkan semakin pentingnya pengembangan pariwisata ramah Muslim di berbagai destinasi global. Gunawan et al. (2024) menunjukkan bahwa adanya peningkatan signifikan jumlah wisatawan Muslim internasional, yang mencapai 140 juta pada tahun 2023. Wahidati & Sarinastiti (2018) menjelaskan bahwa tren ini mendorong negara-negara, baik yang mayoritas Muslim maupun non-Muslim, untuk menyesuaikan layanan mereka dengan prinsip-prinsip Islam. Jepang, misalnya, telah mengambil langkah-langkah untuk mengembangkan fasilitas ramah Muslim, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Di Indonesia, penerapan konsep pariwisata ramah Muslim terlihat di beberapa destinasi, seperti Kota Pasuruan dan Desa Wisata Ketapanrame, meskipun masih diperlukan berbagai peningkatan agar dapat sepenuhnya memenuhi standar pariwisata halal. Pengembangan strategi pariwisata halal yang didasarkan pada prinsip Maqashid Syariah dianggap penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Al Mustaqim (2023) menjelaskan bahwa strategi ini menekankan pada pentingnya penyediaan makanan halal, akomodasi yang sesuai, serta infrastruktur yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara spesifik bagaimana persepsi wisatawan Muslim terhadap keberadaan dan kualitas fasilitas halal yang tersedia di destinasi wisata Lombok, meliputi aspek makanan halal, tempat ibadah, serta akomodasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi ekspektasi wisatawan Muslim terhadap standar dan mutu layanan halal yang ideal menurut sudut pandang mereka, serta mengevaluasi tingkat kesesuaian antara harapan tersebut dengan kenyataan yang mereka alami selama berada di Lombok. Selain itu, penelitian ini secara terarah menganalisis pengaruh dari kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi terhadap tingkat kepuasan wisatawan Muslim dalam konteks pengalaman wisata halal. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas fasilitas halal di Lombok yang lebih sesuai dengan kebutuhan spesifik segmen wisatawan Muslim. Adapun hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada bagan dibawah ini:



LITERATURE PENELITIAN

1. Fasilitas Halal

Fasilitas halal merupakan konsep yang bersifat menyeluruh, mencakup berbagai bentuk amenitas dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim sesuai dengan ketentuan syariah. Baedowi & Chamadi (2025) menyatakan bahwa fasilitas halal mencakup penyediaan tempat ibadah, restoran halal, layanan transportasi, serta akomodasi yang diadaptasi dengan kebutuhan spesifik wisatawan Muslim. Dalam konteks pariwisata Indonesia, konsep ini berkembang menjadi salah satu tren penting seiring dengan meningkatnya

upaya pemerintah dalam mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan regulasi Islam ke dalam sektor pariwisata.

Dalam praktiknya, fasilitas halal tidak hanya berfokus pada ketersediaan makanan halal, tetapi juga mencakup penyediaan lingkungan yang mendukung aktivitas keagamaan. Anwar (2022) menjelaskan bahwa fasilitas halal meliputi restoran atau produk makanan halal, tempat ibadah yang memadai, serta layanan wisata lainnya yang dirancang agar ramah bagi wisatawan Muslim. Sejalan dengan pandangan tersebut, Noer (2020) menegaskan bahwa destinasi wisata halal perlu menyediakan fasilitas yang Muslim-friendly, termasuk akomodasi yang memenuhi standar hotel halal, ruang ibadah, dan pengawasan terhadap penjualan produk non-halal di kawasan wisata.

Urgensi penyediaan fasilitas halal semakin meningkat seiring dengan berkembangnya industri halal global dan posisi Indonesia sebagai salah satu negara yang berpotensi besar dalam produksi produk halal. Saputri et al (2020) mengemukakan bahwa sektor pariwisata halal merupakan salah satu dari empat industri halal yang memiliki prospek kuat untuk dikembangkan baik di tingkat nasional maupun internasional. Secara prinsip, penyediaan fasilitas halal bertujuan memberikan layanan yang sesuai syariah tanpa mengarah pada proses Islamisasi atau bertentangan dengan nilai-nilai kearifan lokal. Sebaliknya, layanan tersebut dirancang untuk bersifat inklusif dan menghormati kebutuhan keagamaan serta budaya wisatawan Muslim.

2. Persepsi Dan Ekspektasi

Bakri et al, (2023) mengemukakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh empat faktor fundamental, yaitu keyakinan, nilai, pengaruh sosial, serta ekspektasi. Dalam prosesnya, persepsi terbentuk melalui pendekatan objek maupun konteks yang melibatkan mekanisme top-down, di mana ekspektasi berperan penting dalam membentuk cara individu menafsirkan suatu stimulus Azizah Fathiyah Din dan Whisnu Yudiana, (2021). Pemahaman tersebut diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap ekspektasi—termasuk ekspektasi dari lingkungan terdekat seperti orang tua—dapat menimbulkan dampak psikologis yang signifikan, memengaruhi motivasi, serta memicu ketakutan akan kegagalan. Secara keseluruhan, berbagai penelitian tersebut menegaskan bahwa persepsi dan ekspektasi memiliki hubungan yang kompleks dan saling mempengaruhi dalam membentuk pengalaman, respon emosional, serta perilaku individu.

3. Wisata Halal

Konsep ini mencakup berbagai dimensi, termasuk menyediakan fasilitas makan halal, tempat salat, dan layanan yang peka terhadap budaya Anwar, (2022) Pada dasarnya, pariwisata halal didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang menekankan nilai-nilai universal seperti keadilan, tata kelola yang etis, dan pertimbangan spiritual.

Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki posisi yang sangat baik untuk pengembangan pariwisata halal. Riset menunjukkan potensi yang signifikan, dengan 78% wisatawan domestik lebih memilih destinasi ramah Muslim. Pendekatan ini bukan tentang konversi agama, melainkan tentang menciptakan pengalaman wisata yang inklusif dan penuh rasa hormat yang mengakomodasi tuntutan gaya hidup Islam.Hendry Ferdiansyah dkk, 2020.

4. Destinasi Wisata

Penelitian menunjukkan bahwa destinasi wisata tidak hanya bergantung pada daya tarik alamiah, tetapi memerlukan pendekatan multidimensi Nurrahmah & Marsoyo, 2023. Komponen kunci meliputi daya tarik, aksesibilitas, amenitas, dan pengelolaan. Pemerintah Indonesia secara aktif mengembangkan destinasi wisata, dengan fokus pada digitalisasi keuangan dan investasi pariwisata Worang et al, (2022).

Strategi pengembangan mencakup peningkatan infrastruktur, pelibatan masyarakat lokal, dan penciptaan pengalaman wisata yang berkelanjutan. Setiap destinasi memiliki keunikan tersendiri, mulai dari wisata alam, budaya, hingga edukasi, yang membutuhkan pendekatan khusus dalam pengelolaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur secara objektif persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal di destinasi wisata Lombok, serta menganalisis hubungan antara kesesuaian persepsi dan ekspektasi dengan tingkat kepuasan wisatawan.

Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah fasilitas halal di destinasi wisata Lombok, yang mencakup tiga komponen utama: makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi ramah Muslim. Objek ini ditinjau dari sudut pandang wisatawan Muslim, baik dari sisi persepsi maupun ekspektasi mereka terhadap fasilitas tersebut selama melakukan perjalanan wisata di Lombok.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah wisatawan Muslim yang sedang atau pernah berkunjung ke destinasi wisata di Lombok dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Subjek dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu hanya mereka yang beragama Islam, berstatus sebagai wisatawan, dan memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan atau berinteraksi dengan fasilitas halal di Lombok. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin atau teknik lainnya yang sesuai, disesuaikan dengan populasi yang dapat diakses secara realistik selama masa pengumpulan data.

Prosedur Penelitian



Gambar 1. Prosedur Penelitian

Gambar 1 menjelaskan tahapan prosedur penelitian empat tahapan utama dalam penelitian ini, yaitu penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Tahap pertama, penyusunan instrumen, dilakukan dengan merancang kuesioner berdasarkan indikator variabel yang diteliti, yaitu persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal. Kuesioner divalidasi dan diuji reliabilitasnya sebelum digunakan. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria, baik secara langsung di lapangan maupun melalui media daring. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara statistik menggunakan teknik deskriptif dan inferensial untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis, yang mencakup implikasi teoretis dan praktis, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan pariwisata halal yang lebih optimal di Lombok.

Instrumen Penelitian

Penyusunan instrumen dalam penelitian ini diawali dengan merumuskan variabel penelitian secara operasional, yang meliputi tiga variabel utama. Pertama, variabel persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal, yang diukur melalui indikator persepsi terhadap makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi ramah Muslim (Wijasih & Zamany, 2023). Kedua, variabel ekspektasi wisatawan Muslim terhadap standar layanan fasilitas halal, yang mencakup indikator harapan terhadap kualitas, ketersediaan, dan kenyamanan fasilitas yang disediakan di destinasi wisata (Noviyani & Ratnasari, 2021). Ketiga, variabel kepuasan wisatawan Muslim, yang diukur melalui indikator Kepuasan terhadap Fasilitas Islam, Kepuasan terhadap Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan secara Keseluruhan selama Berwisata (Ramadhan et al., 2024).

Tabel 1 Devinisi operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Persepsi terhadap akomodasi ramah Muslim	Penilaian wisatawan Muslim mengenai kesesuaian, kelayakan, dan kemudahan akses fasilitas halal yang tersedia di destinasi wisata.	1. Persepsi terhadap makanan halal 2. Persepsi terhadap keberadaan tempat ibadah 3. Persepsi terhadap akomodasi ramah Muslim
2	Ekspetkasi Wisatawan Muslim terhadap Standar Layanan Fasilitas Halal	Tingkat harapan wisatawan Muslim terhadap kualitas, ketersediaan, dan kenyamanan fasilitas halal yang dihadirkan oleh penyedia layanan wisata.	1. Harapan terhadap kualitas fasilitas 2. Harapan terhadap ketersediaan fasilitas 3. Harapan terhadap kenyamanan fasilitas
3	Kepuasan Wisatawan Muslim	Tingkat kepuasan wisatawan Muslim atas pengalaman menggunakan fasilitas halal dan layanan wisata yang tersedia.	1. Kepuasan terhadap fasilitas bernuansa Islam 2. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan 3. Kepuasan secara keseluruhan

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Subjek penelitian adalah wisatawan Muslim yang sedang atau pernah berkunjung ke destinasi wisata di Lombok, serta memiliki pengalaman menggunakan fasilitas halal seperti makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi ramah Muslim. Untuk menjangkau responden secara lebih luas dan efisien, kuesioner disebarluaskan secara daring melalui Google Form, sehingga responden dapat mengisi instrumen secara mandiri kapan pun dan di mana pun. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persepsi, ekspektasi, dan kepuasan wisatawan Muslim terhadap fasilitas halal. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS versi 22, dengan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial antara variabel persepsi dan ekspektasi terhadap kepuasan wisatawan Muslim. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi hubungan yang signifikan secara statistik, serta memberikan landasan empiris yang kuat dalam menyusun rekomendasi pengembangan pariwisata halal di Lombok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Validitas dan reliabilitas merupakan dua aspek fundamental dalam penelitian kuantitatif yang berperan penting dalam menjamin kualitas instrumen pengukuran. Pengujian terhadap validitas dan reliabilitas diperlukan guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat ketepatan dan konsistensi yang memadai, sehingga layak digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti secara objektif dan sistematis (Subhaktiyasa, 2024). Validitas merujuk pada sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur karakteristik atau variabel yang memang dimaksudkan untuk diukur secara tepat. Sementara itu, reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi hasil yang diperoleh dari suatu instrumen pengukuran ketika digunakan dalam kondisi yang serupa pada waktu yang berbeda (Ketaren et al., 2024). Hasil pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel X1 dapat dilihat pada tabel 1.

Table 2. Validitas and Reliabilitas Persepsi Wisatawan Muslim (X1)

Pernyataan	R-Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,662		0,000	Valid		
2	0,791		0,000	Valid		
3	0,750	0,195	0,000	Valid	0,828	Reliabel
4	0,706		0,000	Valid		

5	0,787	0,000	Valid
6	0,676	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 2 bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel Persepsi Wisatawan Muslim (X1) yang terdiri dari enam item pernyataan, seluruh item menunjukkan nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195 serta nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan layak digunakan dalam penelitian. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,828 > 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel X1 memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Ekspetasi Wisatawan Muslim (X2) dapat dilihat pada Tabel 2.

Table 3. Validitas dan Reliabilitas Ekspetasi Wisatawan Muslim (X2)

Pernyataan	R-Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,599		0,000	Valid		
2	0,766		0,000	Valid		
3	0,786	0,195	0,000	Valid	0,828	Reliabel
4	0,763		0,000	Valid		
5	0,713		0,000	Valid		
6	0,763		0,000	Valid		

Pada Tabel 3 menjelaskan hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel X2 yang terdiri dari enam pernyataan menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel X2. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,828 > 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Fasilitas Halal (Y) dapat dilihat pada tabel 3.

Table 4. Validitas and Reliabilitas Fasilitas Halal (Y)

Pernyataan	R-Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,523		0,000	Valid		
2	0,778		0,000	Valid		
3	0,786	0,195	0,000	Valid	0,800	Reliabel
4	0,606		0,000	Valid		
5	0,764		0,000	Valid		
6	0,759		0,000	Valid		

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel Y yang terdiri dari enam item pernyataan, seluruh item menunjukkan nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel Y. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,800 > 0,60$ mengindikasikan bahwa instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis perlu dilakukan dalam penelitian karena merupakan metode ilmiah untuk menguji kebenaran asumsi atau dugaan sementara (hipotesis) berdasarkan data empiris. Melalui uji ini, peneliti dapat menentukan apakah ada bukti statistik yang cukup untuk menerima atau menolak hipotesis yang telah dirumuskan, sehingga hasil penelitian tidak semata-mata berdasarkan opini atau persepsi subjektif (Ummah, 2019). Dalam konteks penelitian ilmiah, uji hipotesis berfungsi sebagai alat penting untuk

meng evaluasi kebenaran asumsi atau dugaan awal yang diajukan peneliti berdasarkan teori atau temuan sebelumnya. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menentukan apakah terdapat hubungan atau perbedaan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, berdasarkan data yang dikumpulkan secara sistematis (Rahmayana et al., 2021). Adapun Hasil Uji ANOVA dan Signifikansi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 5. Hasil Uji ANOVA dan Signifikansi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8978,041	2	4489,020	82,941	.000 ^b
	Residual	5249,919	97	54,123		
	Total	14227,960	99			

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil uji ANOVA diperoleh nilai F sebesar 82,941 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari batas kritis 0,05, yang menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan. Artinya, variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Nilai Sum of Squares untuk regresi sebesar 8.978,041 dan untuk residual sebesar 5.249,919 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini layak dan valid untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Adapun Uji Koefisien Determinasi dapat di lihat pada Tabel 5.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.794 ^a	,631	,623	7,35683	

Pada Tabel 6 menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,794 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,631 berarti bahwa 63,1% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi, sedangkan sisanya 36,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,623 mengindikasikan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dan ukuran sampel, yang tetap menunjukkan kekuatan prediktif model yang baik. Adapun Hasil Uji Koefisien Persamaan Regresi Lenier Berganda dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Persamaan Regresi Lenier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,369	5,308		1,200	,233
X1	,654	,081	,626	8,115	,000
X2	,235	,075	,241	3,122	,002

Pada Tabel 7 di peroleh persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 6,369 + 0,654X1 + 0,235X2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan nilai konstanta sebesar 6,369 menunjukkan bahwa jika nilai X1 dan X2 sama dengan nol, maka nilai Y diperkirakan sebesar 6,369.

Koefisien X1 sebesar 0,654 berarti setiap peningkatan satu satuan pada X1 akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,654, dengan asumsi X2 konstan. Demikian pula, koefisien X2 sebesar 0,235 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada X2 akan meningkatkan Y sebesar 0,235, dengan asumsi X1 tetap. Nilai signifikansi untuk X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,000 dan 0,002, keduanya lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi Y secara signifikan berdasarkan nilai X1 dan X2.

Pembahasan Penelitian

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Fasilitas Halal

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 6 bahwa variabel X1 (Persepsi Wisatawan Muslim) memiliki koefisien regresi sebesar 0,654 dengan nilai t-hitung sebesar 8,115 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Wisatawan Muslim berpengaruh secara signifikan terhadap Fasilitas Halal di Destinasi Wisata Lombok (Y) sebesar 65,4%. Artinya, semakin positif persepsi wisatawan muslim terhadap destinasi wisata, maka semakin tinggi pula ketersediaan dan pengembangan fasilitas halal yang ditawarkan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya oleh (Ramadhan et al., 2024) yang menyatakan bahwa persepsi dan kepuasan wisatawan muslim sangat berpengaruh terhadap pengembangan destinasi wisata halal di Indonesia, termasuk aspek fasilitas dan layanan. Selain itu, studi oleh (Suhandi, 2023) juga menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap destinasi wisata yang ramah muslim mendorong peningkatan permintaan terhadap fasilitas halal seperti restoran halal, tempat ibadah, dan akomodasi syariah.

Pengaruh Ekspetasi Wisatawan Muslim Terhadap Fasilitas Halal

Pengaruh Ekspektasi Wisatawan Muslim terhadap Fasilitas Halal di Destinasi Wisata Lombok dapat dilihat dari hasil uji regresi pada Tabel 6, di mana variabel X2 (Ekspektasi Wisatawan Muslim) memiliki koefisien regresi sebesar 0,235, t-hitung $3,122 > t-tabel 1,984$, dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi wisatawan muslim berpengaruh secara signifikan terhadap ketersediaan dan pengembangan fasilitas halal di Lombok, dengan kontribusi sebesar 23,5%. Artinya, semakin tinggi ekspektasi wisatawan muslim terhadap layanan halal, maka semakin mendorong penyediaan fasilitas halal yang memadai. Hasil ini didukung oleh penelitian (Suhandi, 2023) yang menyatakan bahwa ekspektasi terhadap elemen halal seperti makanan, tempat ibadah, dan akomodasi menjadi pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata. Penelitian oleh (Wijayanti & Atmanegara, 2024) juga menegaskan bahwa pemenuhan ekspektasi wisatawan muslim berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, ekspektasi wisatawan muslim merupakan faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata halal, khususnya di Lombok.

Pengaruh Persepsi dan Ekspektasi Wisatawan Muslim Terhadap Fasilitas Halal

Pengaruh Persepsi dan Ekspektasi Wisatawan Muslim terhadap Fasilitas Halal di Destinasi Wisata Lombok dianalisis melalui uji ANOVA, yang menunjukkan nilai F-hitung sebesar 82,941 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa secara simultan variabel X1 (Persepsi Wisatawan Muslim) dan X2 (Ekspektasi Wisatawan Muslim) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Fasilitas Halal di Destinasi Wisata Lombok). Artinya, persepsi dan ekspektasi wisatawan muslim secara bersama-sama menjadi faktor penting dalam mendorong pengembangan fasilitas halal seperti restoran halal, tempat ibadah, dan akomodasi ramah muslim. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Sari et al., 2019) yang menyatakan bahwa kombinasi persepsi positif dan ekspektasi yang tinggi dari wisatawan muslim akan meningkatkan permintaan dan kualitas fasilitas halal di destinasi wisata. Dengan demikian, strategi pengembangan wisata halal di Lombok harus mempertimbangkan kedua aspek ini secara terpadu untuk meningkatkan daya saing destinasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan secara khusus bahwa persepsi dan ekspektasi wisatawan Muslim berpengaruh signifikan terhadap ketersediaan dan kualitas fasilitas halal di destinasi wisata Lombok, yang mencakup makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi sesuai prinsip syariah. Persepsi yang positif serta ekspektasi tinggi wisatawan mendorong peningkatan standar layanan halal yang tersedia. Selain itu, tingkat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi terbukti berkontribusi

terhadap kepuasan wisatawan Muslim dalam menikmati pengalaman wisata halal di Lombok. Secara umum, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan destinasi wisata halal sangat bergantung pada kemampuan destinasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim secara komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan wilayah diperluas ke destinasi wisata halal lainnya di Indonesia guna memperoleh perbandingan yang lebih luas. Penelitian juga dapat memasukkan variabel tambahan seperti loyalitas wisatawan dan faktor budaya lokal untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait keberlanjutan destinasi wisata halal. Selain itu, pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman dan persepsi subjektif wisatawan Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustaqim, D. (2023). STrategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26–43. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.20>
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Prasetyo, A., Hapnitasari, I., & Rahmawati, E. (2024). Systematic Literature Review on Halal Label Studies of Halal Tourism. *TEM Journal*, 13(1). <https://doi.org/10.18421/TEM131-66>
- Anwar, K. (2022). The Concept Of Halal Tourism : Between Business Or. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 11, 112–127. [https://doi.org/https://doi.org/10.24090/jimrf.v11i1.6239](https://doi.org/10.24090/jimrf.v11i1.6239)
- Azizah Fathiyah Din dan Whisnu Yudiana. (2021). *Keterkaitan Persepsi Terhadap Ekspektasi Orang Tua Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Azizah Fathiyah Din Dan Whisnu Yudiana Career Decision Making Difficulties In Final Year Collegiate*. 05(1), 50–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/JPSP.V5I1.26601>
- Baedowi, M., & Chamadi, M. R. (2025). Potensi Pengembangan Wisata Halal Indonesia. *Journal of Halal Studies*, 1(April), 41–49.
- Bakri, Y. N., Aina, I. S., Ezra, K., Alifa, A. R., Widiyansari, Z. A., Srisayekti, W., & Ratnasari, R. D. W. I. (2023). Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental Expectancy Violations on Perception in the Residential Setting : An Experimental Study (Expectancy Violations terhadap Persepsi pada Setting Tempat Tinggal: Studi Eksperimental). *Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v8i12023.90-102>
- Dasangga, D. G. R., & Ratnasari, R. T. (2022). Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Kepariwisataan* ..., 6, 219–240. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i02.724>
- Gunawan, R. B., Supriadi, B., & Risfandini3, A. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Muslim Friendly di Kota Pasuruan. *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 98–111. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35931/ak.v4i2.4154>
- Hendry Ferdiansyah, Cipta Endyana, Heryadi Rachmat, U. L. S. K. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development Of Halal Tourism In Indonesia Through Smart Tourism Concept. *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/TORNARE.V2I1.25831>
- Ketaren, M. A., Girsang, K., Manurung, M., & Ginting, E. R. B. (2024). Uji Validitas Dan Uji Daya Beda Soal Buatan Pilihan Ganda Dengan Tes Sumatif Siswa Kelas IV UPT SD Negeri 065013 Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(1), 3278–3283. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.706>
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–245.
- Nasrulloh, N., Adiba, E. M., & Efendi, M. N. (2023). Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Pesisir Bangkalan Madura: Identifikasi Peranan Bank Syariah. *Muslim Heritage*, 8(1), 79–102. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.4989>
- Noer, A. (2020). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1–22.
- NOR, N. A. M., ZAKARIA, N. S., & OTHMAN, A. (2023). a Systematic Literature Review on the Development of Halal Tourism: Review Protocol Guided By Roses. *Russian Law Journal*, 11(3), 2139–2153. <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.2051>
- Noviyani, N. A., & Ratnasari, R. T. (2021). Pengaruh Halal Destination Attributes Di Sumatera Barat Terhadap Wisatawan Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(4), 401.

- <https://doi.org/10.20473/vol8iss20214pp401-412>
- Nurrahmah, L., & Marsoyo, A. (2023). The Contribution Of Tourism Destination Components In. *Creative Research Journal*, 09(01), 15–28. [https://doi.org/https://doi.org/10.34147/crj.v9i1.208](https://doi.org/10.34147/crj.v9i1.208)
- Poernomo, B. S., Fretes, M. S. D. de, Sukirno, S., & Premchaiporn, N. (2022). Tourist Perceptions of Halal Tourism that Provides Tourist Satisfaction: a Case Study on Tourism in West Sumatra. *Ilomata International Journal of Social Science*, 3(4), 377–388. <https://doi.org/10.52728/ijss.v3i4.587>
- Pravira, M. F. A., Pamungkas, Y., Agustin, D. L. I., Tanisa, F. S., Alviana, A. D., Anisa, D. N., & Syam, R. (2023). Halal Tourism Destination from Tourist Perspectives: A Review. *Journal of Tourism Sustainability*, 3(1), 50–60. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v3i1.75>
- Putera, P. B., & Rakhel, T. M. (2023). Halal research streams: A systematic and bibliometrics review. In *Cogent Social Sciences* (Vol. 9, Issue 1, p. 2225334). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2225334>
- Putri, C., Zahra, A., & Rahmah, A. (2025). Pariwisata Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Studi Kasus : Dunia Fantasi Ancol (Dufan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(03), 1423–1432.
- Rahmayana, Y., Enawaty, E., & Hadi, L. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 25–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2412>
- Ramadhan, S., Wisanggara, R., Rama, A. S., & Putri, T. A. (2024). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampak Moderasi Religiusitas Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 511. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12261>
- Rusmiati, R. (2024). Factors Influencing Visits To Halal Restaurants Hotels in Lombok, Ntb. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 4(5), 679–690. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v4i5.690>
- Saputri, O. B., Indonesia, U., Halal, E., Halal, R. N., & Halal, G. H. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 2.
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. (2019). Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i2.857>
- Shmailan, A. (2023). A Perspective Study of Islamic Tourism for Muslims in Asian and Western Countries of Halal Growth. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 9. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.1987>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1747>
- Suhandi, A. (2023). Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 44–55. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>
- Ummah, M. S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsiurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/10.22146/jgs.34043>
- Wiiasih, R., & Zamany, M. A. (2023). Persepsi Wisatawan Terhadap Pulau Bali Sebagai Destinasi Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 124–130. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i1.7783>
- Wijaya, T., Nurbayah, S., Zahro, F., & Ningsih, F. (2021). Pariwisata Halal di Indonesia: Kajian terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(3), 284–294. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i3.3078>

- Wijayanti, I., & Atmanegara, M. M. (2024). Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Rekomendasi Wisata Ramah Muslim di Kota Batam (Berdasarkan Perspektif Mahasiswa Politeknik Negeri Batam). *Journal.Iainkudus*, 12(1), 115–132. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Kepuasan+Wisatawan+terhadap+Niat+Rekomendasi+Wisata+Ramah+Muslim+di+Kota+Batam+%28+Berdasarkan+Perspektif+Mahasiswa+Politeknik+Negeri+Batam+%29&btnG=
- Worang, F. G., Wenas, R. S., Untu, V. N., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2022). Pariwisata Dan Keuangan Digital : Kajian Literatur. *Tourism And Financial Digital: A Literature Review*, 10(2), 1195–1202. [https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41478](https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41478)



Diterbitkan Oleh:
Program studi Perhotelan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
Anggota Himpunan Lembaga Pendidikan Tinggi Pariwisata Indonesia (HILDIKTIPARI)

Alamat Redaksi

Ruang redaksi Sadar Wisata Program studi DIII Perhotelan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
Jl. Karimata No.49 Telp. (0331) 322557 Fax. (0331) 337957 / 322557

Surel: jurnalsadarwisata@unmuhjember.ac.id

Laman: <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>