



p-ISSN: 1858-0114 | e-ISSN: 2657-0645
SADAR WISATA: JURNAL PAWIRISATA
Journal Homepage: <http://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>



Analisis Pengaruh Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim Dalam Memilih Destinasi Wisata Halal Di Lombok

Safira¹, Novi Yanti Sandra Dewi², Ahadiyah Agustina³, Safina⁴, Lalu M Zulfami Fatawi⁵

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

email: safirasumbawa04@gmail.com

email: noviyanti.sandradewi@gmail.com

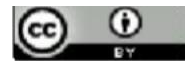
email: ahadiyah.agustina92@gmail.com

email: safinasumbawa094@gmail.com

email: famizul9948@gmail.com

This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2025 Sadar
Wisata: Jurnal Pawirisata



Corresponding Author: Safira, Universitas Muhammadiyah Mataram, [:safirasumbawa04@gmail.com](mailto:safirasumbawa04@gmail.com)

Received Date: 13 November 2025

Revised Date: 21 November 2025

Accepted Date: 25 December 2025

Artikel Info

Kata kunci
Pariwisata Halal,
Keputusan
Wisatawan Muslim,
Fasilitas Ibadah,
Citra Destinasi.

Abstrak

Pariwisata halal merupakan segmen industri pariwisata yang terus berkembang, terutama di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Lombok, sehingga pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan Muslim menjadi penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, melibatkan 100 wisatawan Muslim yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas ibadah berpengaruh negatif signifikan, sedangkan makanan halal dan citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wisatawan dan secara simultan ketiga variabel memberikan pengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 75,7%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap atribut halal menjadi determinan penting dalam pembentukan keputusan berkunjung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan kualitas fasilitas ibadah, penyediaan makanan halal yang terstandarisasi, serta penguatan citra destinasi perlu menjadi prioritas pengelola wisata untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan pariwisata halal di Lombok.

Abstract

Halal tourism is a growing segment of the tourism industry, especially in regions with a Muslim majority such as Lombok, making it important to understand the factors that influence Muslim tourists' decisions. This study aims to analyse the influence of worship facilities, halal food, and destination image on Muslim tourists' decisions in choosing halal tourist destinations in Lombok. The research method uses a quantitative approach with an associative approach, involving 100 Muslim tourists selected through purposive sampling, and the data is analysed using multiple linear regression. The results show that worship facilities have a significant negative effect, while halal food and destination image have a significant positive effect on tourist decisions. Simultaneously, the three variables have a significant effect with a coefficient of determination of 75.7%. These findings indicate that perceptions of halal attributes are an important determinant in decision-making. This study concludes that strengthening the quality of worship facilities, providing standardised halal food, and enhancing destination image should be priorities for tourism managers to improve the competitiveness and sustainability of halal tourism in Lombok.

Keywords: Halal
Tourism, Muslim
Traveller
Decisions,
Worship
Facilities,
Destination
Image.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata halal saat ini menunjukkan perkembangan yang signifikan di tingkat global, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap nilai-nilai keislaman dalam sektor pariwisata. Berbagai destinasi wisata di seluruh dunia mulai mengintegrasikan konsep halal sebagai strategi untuk menarik wisatawan Muslim (Pranandari et al., 2023). Berdasarkan laporan industri, segmen wisatawan Muslim telah menjadi salah satu kelompok pasar yang penting, dengan kontribusi yang terus meningkat terhadap pendapatan global di sektor ini. Perkembangan ini didorong oleh beberapa faktor utama, seperti pertumbuhan populasi Muslim di dunia, peningkatan kelas menengah yang memiliki daya beli lebih tinggi, serta minat yang semakin besar untuk melakukan perjalanan dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariah (Mustaqimi, 2023). Akibatnya, kebutuhan khusus wisatawan Muslim, termasuk penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, semakin menjadi perhatian utama dalam perencanaan dan pengembangan destinasi wisata. Dengan demikian, pariwisata halal tidak hanya menjadi tren yang sedang berkembang, tetapi juga berpotensi menjadi salah satu pilar penting dalam transformasi industri pariwisata global (Destiana & Astuti, 2023).

Industri pariwisata halal terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam lima tahun terakhir, sejalan dengan meningkatnya kebutuhan wisatawan Muslim terhadap layanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip syariah. Secara kuantitatif, perkembangan sektor ini dapat dilihat dari laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 yang mencatat nilai belanja wisatawan Muslim global mencapai US\$225 miliar pada tahun 2022 dan diproyeksikan meningkat menjadi US\$254 miliar pada 2024. Indonesia menempati peringkat pertama dalam GMTI dan mengalami peningkatan kunjungan wisatawan Muslim domestik mencapai 15,7 juta perjalanan pada 2023. Lombok, sebagai salah satu destinasi unggulan, mencatat pertumbuhan wisatawan halal sebesar 11,4% pada tahun 2023. Meskipun demikian, sejumlah data menunjukkan masih adanya keluhan wisatawan. Survei Dinas Pariwisata NTB (2023) menemukan bahwa 27% wisatawan Muslim mengeluhkan keterbatasan akses fasilitas ibadah, sementara 32% menilai informasi mengenai makanan halal belum tersosialisasi dengan baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan wisatawan dan penyediaan layanan halal yang ideal.

Penelitian yang dilakukan oleh Ijhemp (2024) menyatakan bahwa permintaan terhadap pariwisata halal terus meningkat, seiring dengan bertambahnya populasi Muslim secara global, yang memerlukan penyediaan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Mahardhani et al. (2024) mengemukakan bahwa fasilitas utama seperti masjid, musholla, serta pilihan makanan halal berkualitas tinggi menjadi faktor penentu yang signifikan dalam pemilihan destinasi oleh wisatawan Muslim, menunjukkan pentingnya fasilitas tersebut dalam pengembangan destinasi wisata halal. Islam & Ashton (2024) menjelaskan bahwa konsep pengalaman kesejahteraan halal, yang mencakup makanan bersertifikat halal, tempat ibadah, dan fasilitas kesehatan dengan pemisahan gender, menjadi aspek penting bagi wisatawan Muslim yang mencari destinasi yang menghormati kebutuhan berbasis agama mereka. Prayag (2020) menyatakan bahwa pariwisata halal memiliki potensi ekonomi yang besar, negara-negara mayoritas non-Muslim sering menghadapi tantangan dalam menerapkan standar halal, terutama karena adanya berbagai interpretasi terhadap prinsip-prinsip syariah. Fatimah (2024) mengemukakan bahwa pariwisata halal memberikan dampak positif terhadap minat wisatawan Muslim, faktor lain seperti pertimbangan agama, kualitas layanan, dan citra destinasi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menentukan keputusan mereka.

Pengembangan wisata halal di Lombok sangat dipengaruhi oleh keberadaan fasilitas ibadah, ketersediaan makanan halal, serta citra destinasi yang ramah Muslim. Diwanti & Wijayanto (2023) menemukan bahwa literasi wisata halal di Lombok terkait erat dengan persepsi mahasiswa terhadap fasilitas ibadah dan layanan halal, sementara Haerisma et al. (2023) menegaskan bahwa penguatan fasilitas ibadah dan sertifikasi makanan halal menjadi fondasi utama dalam membangun citra destinasi halal Lombok. Senja et al. (2024) juga menilai bahwa keberlanjutan wisata halal di Lombok sangat ditentukan oleh kesiapan destinasi dalam menyediakan atribut-atribut halal yang konsisten. Selanjutnya, (Fatimah, 2024; Rasyid et al., 2024) membuktikan bahwa atribut Islam, termasuk fasilitas ibadah dan makanan halal, berkontribusi signifikan terhadap pembentukan citra destinasi dan keputusan kunjungan wisatawan Muslim. Temuan serupa diperkuat oleh Prawiro (2022) yang menyoroti harmonisasi nilai keagamaan dengan identitas budaya lokal Lombok sebagai faktor pembentuk persepsi positif wisatawan. Studi komparatif Adinugraha et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kecukupan ruang ibadah dan makanan halal berpengaruh terhadap kepuasan dan niat kunjung wisatawan Muslim. Selain itu, Sciences (2025) menegaskan bahwa pengalaman wisata halal dan literasi halal wisatawan turut

meningkatkan niat kunjungan ulang ke Lombok. Kajian konseptual dari beberapa jurnal ekonomi Islam juga menyimpulkan bahwa fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi merupakan variabel utama yang memengaruhi keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi halal. Secara keseluruhan, kesepuluh penelitian tersebut menunjukkan konsistensi bahwa kesiapan fasilitas halal dan penguatan citra destinasi berperan penting dalam meningkatkan daya tarik Lombok sebagai destinasi wisata halal unggulan.

Meskipun sejumlah penelitian tersebut memberikan kontribusi berarti, terdapat beberapa gap yang masih belum dijawab oleh literatur sebelumnya. Pertama, belum terdapat penelitian yang secara khusus menguji pengaruh fasilitas ibadah, ketersediaan makanan halal, dan citra destinasi secara simultan dalam satu model analisis empiris untuk menjelaskan keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. Kedua, sebagian besar kajian yang ada cenderung menitikberatkan pada aspek persepsi umum atau literasi wisata halal, sehingga belum memberikan bukti kuantitatif yang komprehensif mengenai sejauh mana ketiga variabel tersebut memengaruhi keputusan wisatawan. Ketiga, konteks lokal Lombok sebagai destinasi wisata halal yang memiliki identitas budaya dan keagamaan yang unik belum banyak dikaji melalui pendekatan yang mengintegrasikan dimensi fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi secara holistik. Keempat, belum tersedia temuan empiris yang mengukur kekuatan masing-masing variabel ketika diuji secara bersamaan, sehingga belum dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai faktor mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini diperlukan untuk memberikan analisis mendalam dan kontribusi empiris yang dapat melengkapi kekurangan literatur yang ada, sekaligus memperkuat pengembangan strategi destinasi wisata halal yang lebih terarah dan berbasis bukti.

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini berlandaskan pada teori kepuasan pelanggan dan teori kualitas layanan SERVQUAL, yang meliputi reliability, assurance, responsiveness, empathy, dan tangibles. Teori ini relevan karena memberikan kerangka untuk memahami bagaimana pelayanan halal seperti fasilitas ibadah, makanan halal, maupun citra destinasi dapat memengaruhi persepsi wisatawan Muslim. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. Pertanyaan penelitian yang muncul adalah bagaimana pengaruh masing-masing variabel tersebut secara parsial dan simultan terhadap keputusan wisatawan Muslim.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi variabel fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi dalam satu model analitis yang terukur secara kuantitatif. Secara praktis, penelitian ini menawarkan gambaran empiris mengenai kualitas layanan halal di Lombok, yang dapat menjadi dasar pengambilan kebijakan destinasi serta strategi pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan. Novelty penelitian ini terletak pada penyusunan kerangka pemikiran yang menghubungkan fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi secara simultan, serta penggunaan data terbaru yang mencerminkan dinamika kebutuhan wisatawan Muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan menganalisis hubungan antara fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Muslim yang sedang atau pernah berkunjung ke destinasi wisata utama di Pulau Lombok. Populasi didefinisikan secara operasional sebagai wisatawan Muslim yang pernah melakukan aktivitas wisata di Lombok dalam satu tahun terakhir, sebab kelompok ini dianggap relevan dalam menilai atribut wisata halal. Dari populasi tersebut, ditetapkan sampel sebanyak 100 responden, yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) pernah berwisata di Lombok, dan (2) memahami atribut wisata halal. Purposive sampling digunakan karena peneliti membutuhkan responden yang memenuhi karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Objek Penelitian

Dalam studi ini adalah keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di wilayah Lombok, yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata halal unggulan di Indonesia.

Keputusan wisatawan sebagai objek utama dianalisis berdasarkan beberapa faktor, antara lain: ketersediaan fasilitas ibadah, makanan halal, dan persepsi terhadap citra destinasi.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah wisatawan Muslim yang sedang berkunjung atau pernah berkunjung ke berbagai destinasi wisata di Pulau Lombok. Subjek penelitian ini dipilih melalui teknik purposive sampling.

Prosedur penelitian



Gambar 1. Prosedur Penelitian

Gambar 1 menunjukkan bahwa prosedur penelitian melalui lima tahapan utama, dimulai dari penyusunan instrumen berupa kuesioner yang disusun untuk mengukur variabel fasilitas ibadah (X1), makanan halal (X2), citra destinasi (X3), dan keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok (Y). Setelah instrumen divalidasi, tahap berikutnya adalah pengumpulan data, di mana kuesioner disebarakan kepada 100 responden yang merupakan wisatawan Muslim. Data yang terkumpul kemudian masuk pada tahap analisis data yang dimana instrumen diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson untuk memastikan setiap item pernyataan memiliki korelasi signifikan dengan skor total variabel. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,60 untuk memastikan konsistensi internal instrumen. Data yang telah lolos uji kualitas selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Tahapan analisis meliputi: (1) pengujian model regresi untuk melihat pengaruh simultan melalui uji F; (2) pengujian pengaruh parsial masing-masing variabel independen melalui uji t; (3) interpretasi nilai koefisien regresi untuk menilai arah dan besar pengaruh; dan (4) analisis nilai R Square untuk menilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi menjadi dasar dalam merumuskan kesimpulan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. Hasil analisis ini kemudian diolah pada tahap interpretasi, yakni menafsirkan makna dari nilai koefisien, signifikansi, dan R Square guna melihat kontribusi masing-masing variabel secara simultan maupun parsial. Terakhir, peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi terhadap keputusan wisatawan Muslim, serta memberikan saran praktis bagi pengembangan wisata halal di Lombok.

Instrument Penelitian

Tabel 1. Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Sumber
1	Fasilitas Ibadah (X1)	Fasilitas fisik dan nonfisik yang disediakan oleh destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan ibadah wisatawan Muslim, sehingga menunjang kenyamanan dan kelancaran aktivitas keagamaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan masjid/musholla 2. Kebersihan dan kenyamanan tempat ibadah 3. Sarana pendukung ibadah 4. Aksesibilitas tempat ibadah 5. Kejelasan informasi dan petunjuk ibadah 6. Ketersediaan perlengkapan ibadah pendukung. 	Sudigdo (2019)

No	Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Sumber
2	Makanan Halal (X2)	Ketersediaan dan kejelasan status kehalalan makanan yang disediakan di destinasi wisata, yang memenuhi standar syariah dan memberikan jaminan keamanan konsumsi bagi wisatawan Muslim.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan tempat makan halal 2. Label sertifikasi halal 3. Transparansi bahan dan proses pengolahan 4. Ketersediaan informasi halal 5. Kepercayaan wisatawan pada kehalalan makanan 6. Kepastian proses penyajian sesuai syariah. 	Nabila et al. (2021)
3	Citra Destinasi (X3)	Persepsi dan penilaian wisatawan terhadap destinasi wisata halal yang mencerminkan karakteristik, nilai, dan kualitas destinasi berdasarkan aspek keislaman.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik wisata Islami 2. Reputasi destinasi halal 3. Keamanan dan kenyamanan lingkungan 4. Kesesuaian budaya lokal dengan nilai Islam 5. Keberadaan fasilitas ramah Muslim lainnya 6. Kepercayaan pada identitas halal destinasi. 	Sholichah & Mardikaningsih (2025)
4	Keputusan Wisatawan Muslim (Y)	Proses penentuan pilihan wisatawan Muslim dalam memilih suatu destinasi wisata halal berdasarkan pertimbangan nilai, preferensi, dan kepuasan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan berkunjung 2. Pertimbangan nilai-nilai Islam 3. Kepuasan pengalaman berwisata 4. Minat berkunjung Kembali 5. Motivasi memilih destinasi halal 6. Rekomendasi terhadap wisata halal. 	Adit (2022)

Tabel 1 menjelaskan bahwa instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner yang terdiri dari empat variabel meliputi (1) Variabel Fasilitas Ibadah (X1) terdiri dari 6 pernyataan dengan indikator ketersediaan tempat ibadah, kebersihan dan kenyamanan tempat ibadah, sarana pendukung ibadah, aksesibilitas tempat ibadah, serta kejelasan informasi dan petunjuk ibadah (Sudigdo, 2019). (2) Variabel Makanan Halal (X2) terdiri dari 6 pernyataan dengan indikator ketersediaan tempat makan halal, keberadaan label sertifikasi halal, transparansi bahan dan proses pengolahan, ketersediaan informasi kehalalan, serta tingkat kepercayaan wisatawan terhadap kehalalan makanan (Nabila et al., 2021). (3) Variabel Citra Destinasi (X3) terdiri dari 6 pernyataan dengan indikator daya tarik wisata bernuansa Islami, reputasi destinasi halal, keamanan dan kenyamanan lingkungan, serta kesesuaian budaya lokal dengan nilai-nilai Islam (Sholichah & Mardikaningsih, 2025). (4) Variabel Keputusan Wisatawan Muslim (Y) terdiri dari 6 pernyataan dengan indikator ketertarikan mengunjungi destinasi halal, pertimbangan nilai-nilai Islam dalam pemilihan destinasi, serta tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman berwisata (Adit, 2022). Seluruh pernyataan pada kuesioner disusun menggunakan skala Likert sehingga memungkinkan pengukuran persepsi dan sikap responden secara kuantitatif, valid, dan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif data dilakukan untuk memberikan gambaran awal mengenai karakteristik responden sebelum peneliti memasuki tahap analisis inferensial. Langkah ini penting karena membantu memastikan bahwa sampel yang digunakan telah mewakili populasi sasaran, sekaligus mengidentifikasi

distribusi demografis seperti usia, jenis kelamin, domisili, dan frekuensi kunjungan yang dapat memengaruhi persepsi serta perilaku wisatawan Muslim terhadap fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi. Dengan memahami profil responden secara menyeluruh, peneliti dapat menafsirkan hasil analisis regresi secara lebih akurat, menghindari bias, serta menyusun pembahasan yang lebih kontekstual dan komprehensif sesuai objektif penelitian. Adapun hasil uji deskripsi responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi Responden

Kategori	Klasifikasi	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
Usia	< 20 tahun	12	12%
	20–30 tahun	63	63%
	> 30 tahun	25	25%
Domisili	Lombok	44	44%
	Luar Lombok	56	56%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	28	28%
	2–3 kali	47	47%
	> 3 kali	25	25%

Berdasarkan Tabel 2, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan Muslim. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 58%, sedangkan laki-laki berjumlah 42%. Dari aspek usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 20–30 tahun yaitu sebesar 63%, yang menunjukkan bahwa wisatawan Muslim dari kelompok usia muda lebih dominan dalam aktivitas wisata halal di Lombok. Dari sisi domisili, 56% responden berasal dari luar Lombok, sementara 44% berdomisili di Lombok. Hal ini mengindikasikan bahwa destinasi wisata halal Lombok menarik minat wisatawan dari berbagai daerah. Terkait frekuensi kunjungan, sebanyak 47% responden telah berkunjung 2–3 kali, diikuti 28% yang baru pertama kali berkunjung, dan 25% yang telah berkunjung lebih dari tiga kali. Data ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan ulang wisatawan Muslim ke Lombok cukup tinggi, yang sejalan dengan penguatan citra destinasi halal di kawasan tersebut. Adapun hasil uji nilai deskriptif responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Deskriptif Responden

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Fasilitas Ibadah	100	30.00	100.00	74.4100	11.46897	131.537
Makanan Halal	100	15.00	30.00	24.4400	3.66341	13.421
Citra Destinasi	100	14.00	30.00	23.6800	3.57285	12.765
Keputusan Wisatawan Muslim Dalam Memilih Destinasi Wisata	100	14.00	30.00	23.8800	3.38231	11.440
Valid N (listwise)	100					

Berdasarkan Tabel 3 Menunjukkan hasil analisis variabel Fasilitas Ibadah menunjukkan nilai rata-rata 74,41 dengan standar deviasi 11,47, yang mengindikasikan bahwa wisatawan Muslim menilai fasilitas ibadah di Lombok berada pada kategori baik dengan persepsi yang relatif homogen. Variabel Makanan Halal memiliki rata-rata 24,44 dan standar deviasi 3,66, menunjukkan bahwa ketersediaan serta kejelasan informasi halal dinilai cukup baik dan dipersepsikan secara konsisten oleh responden. Pada variabel Citra Destinasi, nilai rata-rata sebesar 23,68 dengan standar deviasi 3,57 mengisyaratkan bahwa wisatawan memiliki pandangan positif terhadap citra wisata halal Lombok, termasuk dari aspek kenyamanan, keamanan, dan identitas keislaman destinasi. Sementara itu, variabel Keputusan Wisatawan Muslim menunjukkan rata-rata 23,88 dengan standar deviasi 3,38, yang mencerminkan bahwa kecenderungan wisatawan untuk memilih dan kembali berkunjung ke destinasi halal di Lombok berada pada tingkat yang tinggi. Secara keseluruhan, keempat variabel memiliki nilai rata-rata yang positif dan standar deviasi yang relatif kecil, menandakan bahwa persepsi responden bersifat stabil serta mencerminkan penilaian yang

konsisten terhadap aspek fasilitas halal dan keputusan berwisata.

Uji Instrumen

Uji instrumen perlu dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat keandalan (*reliability*) dan validitas (*validity*) yang memadai sehingga data yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan variabel yang diteliti. Instrumen yang tidak diuji berpotensi menghasilkan data yang bias, tidak konsisten, atau tidak mampu menangkap fenomena secara akurat, sehingga dapat menurunkan kualitas analisis serta kesimpulan penelitian. Melalui proses uji instrumen, peneliti dapat mengidentifikasi bentuk-bentuk pertanyaan yang tidak layak, memperbaiki struktur instrumen, serta menjamin bahwa hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan memenuhi standar metodologi penelitian yang diakui. Adapun hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Ibadah (X1) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Ibadah (X1)

Pernyataan	R- Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,672	0,195	0,000	Valid	0,817	Reliabel
2	0,791		0,000	Valid		
3	0,760		0,000	Valid		
4	0,716		0,000	Valid		
5	0,787		0,000	Valid		
6	0,666		0,000	Valid		

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Fasilitas Ibadah (X1) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,817 > 0,60$ juga menunjukkan bahwa setiap item kuesioner pada variabel Fasilitas Ibadah adalah reliabel. Dengan demikian, instrumen pada variabel Fasilitas Ibadah (X1) layak digunakan dalam penelitian. Adapun hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Makanan Halal (X2) dapat di lihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Makanan Halal (X2)

Pernyataan	R- Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,769	0,195	0,000	Valid	0,847	Reliabel
2	0,836		0,000	Valid		
3	0,818		0,000	Valid		
4	0,736		0,000	Valid		
5	0,663		0,000	Valid		
6	0,697		0,000	Valid		

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Makanan Halal (X2) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,847 > 0,60$ mengindikasikan bahwa instrumen pada variabel Makanan Halal memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen variabel Makanan Halal (X2) layak digunakan dalam penelitian karena telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas secara memadai. Adapun hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Destinasi (X3) dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Destinasi (X3)

Pernyataan	R- Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,787		0,000	Valid		
2	0,754		0,000	Valid		
3	0,747	0,195	0,000	Valid	0,842	Reliabel
4	0,734		0,000	Valid		
5	0,745		0,000	Valid		
6	0,719		0,000	Valid		

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Pada Tabel 6 diperoleh bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Citra Destinasi (X3) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel secara tepat. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,842 > 0,60$ menegaskan bahwa instrumen pada variabel Citra Destinasi memiliki konsistensi internal yang kuat dan seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen variabel Citra Destinasi (X3) telah memenuhi kriteria kelayakan pengukuran dan layak digunakan dalam penelitian. Adapun hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Wisatawan Muslim (Y) dapat dilihat Pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Wisatawan Muslim (Y)

Pernyataan	R- Hitung	r-Tabel	Nilai Sig	hasil	Coronbach's Alpha	hasil
1	0,706		0,000	Valid		
2	0,693		0,000	Valid		
3	0,677	0,195	0,000	Valid	0,794	Reliabel
4	0,704		0,000	Valid		
5	0,695		0,000	Valid		
6	0,750		0,000	Valid		

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Keputusan Wisatawan Muslim (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel secara akurat. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,794 > 0,60$ menegaskan bahwa instrumen pada variabel Keputusan Wisatawan Muslim memiliki konsistensi internal yang baik dan seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen variabel Keputusan Wisatawan Muslim (Y) memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas serta layak digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis diperlukan dalam penelitian karena berfungsi untuk menguji kebenaran asumsi atau dugaan sementara yang telah dirumuskan berdasarkan teori atau hasil observasi awal. Melalui uji hipotesis, peneliti dapat menentukan apakah hubungan atau pengaruh antara variabel yang diteliti benar-benar ada dan signifikan secara statistik atau hanya terjadi karena kebetulan. Proses ini membantu peneliti membuat keputusan yang obyektif berdasarkan data, bukan hanya dugaan semata. Dengan demikian, uji hipotesis menjadi dasar dalam menarik kesimpulan ilmiah yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian kuantitatif. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.757	.749	5.67628

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,870, yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi) dengan variabel dependen (keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal). Nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,757 mengindikasikan bahwa sebesar 75,7% variasi atau perubahan dalam keputusan wisatawan Muslim dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut secara simultan. Sementara itu, Adjusted R Square sebesar 0,749 menunjukkan penyesuaian terhadap jumlah variabel dan sampel yang digunakan, yang berarti sekitar 74,9% dari variabel keputusan wisatawan dapat dijelaskan oleh model ini setelah disesuaikan. Selanjutnya hasil data pengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y dengan Uji ANOVA dan signifikansi dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Uji ANOVA dan Signifikansi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9629.230	3	3209.743	99.619	.000 ^b
	Residual	3093.130	96	32.220		
	Total	12722.360	99			

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 99,619 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen, yaitu fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi, berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal. Karena nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, model ini secara statistik signifikan dan mampu menjelaskan pengaruh ketiga variabel independen terhadap keputusan wisatawan Muslim secara simultan. Adapun persamaan regresi linier berganda X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y dengan menggunakan Uji Koefisien Persamaan Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.385	5.346		3.813	.000		
	Fasilitas Ibadah (X1)	-.134	.050	-.136	-2.676	.009	.980	1.021
	Makanan Halal (X2)	.260	.072	.280	3.603	.000	.420	2.380
	Citra Destinasi (X3)	.608	.074	.640	8.196	.000	.415	2.407

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Pada Tabel 10 diperoleh persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 20.385 + (-0.134X_1 + 0.260X_2 + 0.608X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 20,385 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen dianggap tidak berpengaruh (nilai nol), maka nilai dasar keputusan wisatawan adalah sebesar 20,385 dan signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Fasilitas ibadah (X1) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,134 dengan nilai t hitung -2,676 dan signifikansi 0,009 ($< 0,05$), yang berarti secara statistik variabel ini berpengaruh signifikan namun negatif terhadap keputusan wisatawan. Hal ini mengindikasikan bahwa

persepsi atau kualitas fasilitas ibadah yang kurang baik dapat menurunkan keputusan wisatawan Muslim. Sementara itu, variabel makanan halal (X2) memiliki koefisien positif sebesar 0,260 dengan nilai t hitung 3,603 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan bahwa ketersediaan makanan halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan. Yang paling dominan adalah variabel citra destinasi (X3) dengan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,608, nilai t hitung 8,196 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang berarti variabel ini memberikan pengaruh paling besar, positif, dan signifikan terhadap keputusan wisatawan Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra destinasi, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan Muslim untuk mengunjungi destinasi tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas Ibadah Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas Ibadah berpengaruh signifikan namun negatif terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok dapat dilihat pada Tabel 10 yang menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Ibadah memiliki nilai Koefisien regresi bernilai $-0,134$ nilai t hitung $-2,676$ lebih besar dari t tabel 1,984, dan signifikansi $0,009 < 0,05$. menandakan bahwa semakin rendah kualitas fasilitas ibadah, semakin menurun keputusan wisatawan untuk berkunjung. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep *Expectation Disconfirmation Theory* yang menyatakan bahwa keputusan dan kepuasan dipengaruhi oleh kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi kinerja layanan. Dalam konteks ini, wisatawan Muslim memiliki ekspektasi tinggi terhadap kebersihan, kenyamanan, dan ketersediaan fasilitas ibadah, ketika ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, maka terjadi *negative disconfirmation* yang menurunkan minat berkunjung. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberadaan fasilitas ibadah saja tidak cukup; kualitas dan kelayakannya menjadi elemen utama dalam pembentukan keputusan wisatawan.

Secara empiris, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Ulfah (2024) dan Mustaqimi (2023), yang menunjukkan bahwa fasilitas ibadah yang kurang terawat menurunkan daya tarik destinasi halal. Namun, penelitian ini memperkuat temuan terdahulu dengan menunjukkan bahwa pengaruh negatif dapat muncul secara langsung dalam model regresi, mengindikasikan bahwa persepsi buruk terhadap fasilitas ibadah memiliki dampak struktural terhadap penurunan keputusan berkunjung. Dari perspektif manajerial, hasil ini menegaskan perlunya peningkatan kebersihan, kenyamanan, dan aksesibilitas fasilitas ibadah, termasuk penyediaan area wudhu yang representatif, perawatan musholla, serta penambahan fasilitas ibadah di titik-titik strategis destinasi wisata. Penguatan kualitas fasilitas ibadah sangat penting untuk menghilangkan *service gap* yang dapat menghambat perkembangan wisata halal di Lombok.

Pengaruh Makanan Halal Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Makanan Halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan Muslim dapat dilihat pada Tabel 10 yang menunjukkan bahwa variabel Makanan Halal memiliki nilai koefisien 0,260, nilai t hitung 3,603 lebih besar dari t tabel 1,984, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini mendukung teori *Halal Assurance System*, yang menekankan bahwa jaminan kehalalan makanan memengaruhi perilaku konsumsi dan keputusan wisatawan Muslim. Semakin kuat jaminan halal yang diberikan destinasi baik melalui sertifikasi, kejelasan informasi, maupun keterjangkauan akses semakin tinggi tingkat kenyamanan psikologis (*religious assurance*) wisatawan yang kemudian berdampak pada keputusan berkunjung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Musthofa and Buhanudin (2021) serta Yusri (2022), yang menunjukkan bahwa kejelasan status halal meningkatkan kepercayaan dan pengalaman wisatawan Muslim. Namun, hasil penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menegaskan bahwa makanan halal tidak hanya meningkatkan rasa aman religius, tetapi juga menjadi faktor determinan utama dalam keputusan wisatawan ketika destinasi bersaing dalam pasar wisata halal global. Interpretasi manajerial dari temuan ini adalah perlunya destinasi wisata di Lombok memperkuat kualitas kuliner halal, meningkatkan variasi menu, memperluas sertifikasi halal UMKM kuliner, serta menyediakan media informasi halal yang mudah diakses wisatawan. Strategi ini akan memperkuat positioning Lombok sebagai destinasi halal unggulan.

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok

Variabel Citra Destinasi terbukti memiliki pengaruh signifikan dan paling dominan terhadap keputusan wisatawan Muslim dapat dilihat pada Tabel 10 yang menunjukkan bahwa variabel Citra Destinasi memiliki nilai koefisien regresi 0,608 nilai t hitung 8,196 lebih besar dari t tabel 1,984, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara teoritis, temuan ini mendukung konsep *Destination Image Formation*, yang menjelaskan bahwa citra destinasi terbentuk melalui persepsi wisatawan terhadap fasilitas, keamanan, nilai budaya, dan layanan yang diterapkan destinasi. Citra positif meningkatkan dimensi afektif dan kognitif wisatawan terhadap destinasi, sehingga memperkuat keputusan berkunjung. Dalam konteks wisata halal, citra yang selaras dengan nilai-nilai Islam mendorong *perceived congruence*, yaitu kesesuaian antara identitas wisatawan Muslim dengan identitas destinasi.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Faraby (2021) dan Fatimah (2024) yang menyatakan bahwa citra destinasi yang baik menjadi faktor penentu utama dalam keputusan wisatawan Muslim. Penelitian ini memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa citra destinasi bukan hanya faktor pendukung, tetapi menjadi faktor paling dominan dalam model prediktif keputusan wisatawan pada destinasi halal. Secara manajerial, temuan ini menegaskan pentingnya penguatan branding destinasi halal Lombok melalui penyediaan fasilitas berbasis syariah, peningkatan kebersihan dan keamanan, serta narasi promosi yang menonjolkan nilai-nilai Islam, budaya Sasak, dan keunikan lokal yang harmonis dengan prinsip syariah.

Pengaruh Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok

Berdasarkan hasil uji statistik Pengaruh Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok dapat dilihat pada Tabel 9 yang menyimpulkan bahwa Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Citra Destinasi berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Wisatawan Muslim dalam Memilih Destinasi Wisata Halal di Lombok ditunjukkan oleh nilai F hitung 99,619 lebih besar dari F tabel 2,70 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dibuktikan pada Tabel 8 bahwa hasil nilai R Square 0,757. Temuan ini mendukung teori *Islamic Destination Attributes*, yang menjelaskan bahwa keputusan wisatawan Muslim dibentuk oleh kombinasi atribut fisik (fasilitas ibadah dan makanan halal) dan atribut psikologis (citra destinasi). Ketiga elemen tersebut saling melengkapi dan membentuk *Islamic Destination Experience*, yaitu pengalaman berwisata yang memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, dan emosional wisatawan Muslim.

Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Sudigdo (2019), yang menemukan bahwa atribut Islam destinasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan wisatawan. Kontribusi penelitian ini adalah pembuktian empiris bahwa citra destinasi memperkuat efek fasilitas ibadah dan makanan halal dalam mempengaruhi perilaku wisatawan. Secara fenomenologis, wisatawan Muslim tidak hanya membutuhkan fasilitas fisik, tetapi juga membutuhkan jaminan bahwa destinasi secara keseluruhan selaras dengan prinsip syariah. Dari sisi manajerial, temuan ini mengimplikasikan perlunya strategi pengembangan destinasi halal yang integratif, mencakup peningkatan fasilitas ibadah, standarisasi makanan halal, dan penguatan branding destinasi. Upaya integratif tersebut penting untuk meningkatkan daya saing Lombok sebagai destinasi wisata halal berskala nasional dan global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok ditentukan oleh kekuatan integratif tiga faktor utama, yaitu Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Citra Destinasi. Secara ilmiah, penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas ibadah yang belum memenuhi ekspektasi wisatawan justru dapat menurunkan minat berkunjung, sementara ketersediaan makanan halal yang terjamin kehalalannya meningkatkan rasa aman religius dan mendorong keputusan berkunjung. Temuan paling dominan adalah bahwa citra destinasi halal berperan sebagai faktor penentu yang membentuk persepsi keseluruhan wisatawan terhadap kualitas dan kesesuaian destinasi dengan nilai-nilai Islam. Ketiga variabel tersebut secara simultan membentuk pengalaman wisata halal yang utuh, sehingga mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan wisatawan Muslim. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian diterima, dan penelitian ini menegaskan bahwa penguatan destinasi wisata halal memerlukan sinergi antara atribut fisik berbasis syariah dan pembentukan citra destinasi yang konsisten. Ke depan, penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain seperti teknologi informasi wisata halal, pelayanan berbasis

syariah, serta pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Al-kasyaf, M. Z., & Nasaruddin, R. Bin. (2025). Applying Muslim-friendly tourism principles in destination management : Evidence from Aceh , Indonesia. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 68–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art5>
- Adit, M. (2022). The Effect Of Worship Facilities, Halal Food And Islamic Morality On The Decisions Of Muslim Tourists Visiting The Tourism Village Of Kampoeng Lama Paloh Naga, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. *Tourism Economics, Hospitality and Business Management Journal*, 2(2), 118–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i2.367>
- Asbollah, A. Z., Zakariya, K., & Mansor, M. (2024). Muslim women’s tourist gaze: a comprehensive systematic review. *Social and Management Research Journal*, 21(1), 27–38. <https://doi.org/10.24191/smrj.v21i1.26471>
- Destiana, R., & Astuti, dan R. S. (2023). Perkembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Muamalah*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17988>
- Diwanti, D. P., & Wijayanto, S. A. (2023). Analisis Literasi Wisata Halal Destinasi Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2099. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8716>
- Faraby, M. E. (2021). Potensi Kabupaten Bangkalan Menjadi Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1649>
- Fatimah, S. (2024). Pengaruh Religius , Kualitas Layanan , Citra Destinasi , dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim The Influence of Religion , Service Quality , Destination Image , and Halal Tourism on the Interest of Muslim Tourists. *Abdurrauf Social Science*, 1(2), 182–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.70742/arsos.v1i2.52>
- Haerisma, A. S., Anwar, S., & Muslim, A. (2023). Development of Halal Tourism Destinations on Lombok Island in Six Features Perspective of Jasser Auda’s Maqasid Syari’ah. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 19(2), 298–316. <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v19i2.19437>
- Ijhemp, P. (2024). *Ecosystem And Management Exploring The Impact Of Halal Tourism Standards On International Travel Choices : A Comparative Study Of Key Destinations*. 2(2), 11–28. <https://doi.org/10.35631/IJHEMP.22002>
- Islam, R., & Ashton, A. S. (2024). The Development of HalalWell-Being Experience Quality:A Conceptual Framework. *Information Management and Business Review*, 16(3), 111–118. [https://doi.org/https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(I\)S.3961](https://doi.org/https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(I)S.3961)
- Mahardhani, A. J., Setiawan, Z., Harahap, E. F., Udiati, T., Gutomo, R. T., Kraugusteeliana, K., & Rahim, R. (2024). Assessing the impact of supporting facilities on the development of halal tourism: A bibliometric review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(11), 1–14. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i11.8286>
- Mustaqimi, D. Al. (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>
- Musthofa, A., & Buhanudin, B. (2021). Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 81–97. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i1.4693>
- Nabila, R., Himmati, R., Erdkhadifa, R., & Salatiga, I. (2021). Perbandingan Regresi Logistik Multinomial Dan Analisis Diskriminan: Studi Kasus Pengelompokan Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Jawa Tengah. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 111–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4820>
- Pranandari, R. putri, Amaliah, A., & Prihatiningtyas, D. (2023). Perkembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Muamalah*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17988>
- Prawiro, A. (2022). Halal Tourism in Lombok: Harmonization of Religious Values and Socio-Cultural Identity. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 11(2), 322–345. <https://doi.org/10.22373/share.v11i2.14905>
- Prayag, G. (2020). *Halal tourism: looking into the future through the past* (pp. 1–4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1762044>

- Rasyid, R. I., Dewi, C. K., Widodo, A., Hasbi, I., & Telkom, U. (2024). The Influence of Islamic Attributes and Destination Image on Intention to Engage in Muslim Friendly Travel : Mediating by Emotional Value and Moderated by Halal Awareness Indonesia is committed to increasing Muslim-friendly destinations , as evidenced by . *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 10(2), 269–288. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v10i2.12167>
- Sciences, S. (2025). On Revisit Intention To Lombok Island : The Mediating Role Of. *Rjoas: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 1184(7), 21–37.
- Senja, P. Y., Silviani, W. D., Muhammad, S., & Rehman, A. (2024). Can Halal Tourism in Lombok be Sustainable ? A Case Study of Stakeholder Perspective. *Ournal of Islamic Economic and Business Research*, 4(2), 190–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jiebr.v4i2.309>
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsih, R. (2025). PENGARUH CITRA DESTINASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATA HALAL. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 495–519. <https://doi.org/https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.687>
- Suci, A., Wiyati, R., Siregar, I. F., & Nanda, S. T. (2024). *The Importance Level of Islamic Tourism Attributes : Will Religiosity Distinguish ?* 23(2), 433–448. <https://doi.org/10.15408/etk.v23i2.34369>
- Sudigdo, A. (2019). Dampak Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, Dan Moralitas Islam Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Wisata. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 159. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i2.234>
- Ulfah, M. (2024). *Pengembangan Halal Tourism Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Pada Wisata Puncak Ratu Pegantenan Pamekasan*. November, 1–23.
- Yusri, A. Z. dan D. (2022). Desa Wisata berbasis Halal Value Chain. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).



kreatif · inovatif · tangguh · adaptif



TeamWork



Sinergi



Prestasi

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>