

## **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**

Siti Fatimah<sup>1\*</sup>, Sugianto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

\*Corresponding Author: [Siti.fatimah022001@gmail.com](mailto:Siti.fatimah022001@gmail.com)

|| Submitted: 25-08-2024 || Accepted: 20-09-2024 || Published: 25-09-2024

**Abstract:** *Tourism in Indonesia is rapidly growing, but halal tourism remains a challenging sector to compete in. Understanding the factors that influence Muslim tourists' interest is crucial, as global tourism presents significant opportunities. Tourist destinations now recognize the importance of offering services that align with Islamic principles. This quantitative research involved 90 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using SPSS version 25, applying statistical methods such as classical assumption tests and hypothesis testing. The results showed that religious factors, service quality, and destination image had a positive and significant impact on Muslim tourists' interest, with significance values of 0.000, which is less than 0.05. Meanwhile, the halal tourism variable had a positive but not significant effect, with a significance value of 1.181, greater than 0.05. These findings indicate that while halal tourism influences Muslim tourists' interest, its impact is not as significant as the other variables.*

**Keywords:** *Religious, Service Quality, Tourist Destination Image, Halal Tourism, Interest*

**Abstrak:** *Pariwisata berkembang pesat di Indonesia, namun pariwisata halal sulit disaingi. Memahami faktor minat wisatawan Muslim penting karena pariwisata global menawarkan peluang. Destinasi wisata kini menyadari pentingnya pelayanan sesuai prinsip Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sampel sebanyak 90 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25, dengan menggunakan analisis statistik seperti pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan*

bahwa variabel agama, kualitas pelayanan dan citra destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan muslim dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel wisata halal mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat wisatawan muslim dengan nilai signifikansi sebesar 1,181 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun wisata halal berpengaruh terhadap minat wisatawan muslim, namun pengaruhnya tidak signifikan dibandingkan variabel lainnya.

**Kata Kunci:** *Religius, Kualitas Pelayanan, Citra destinasi wisata, Wisata Halal, Minat*



Copyright© 2024 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 International License.

## Pendahuluan

Wisata merupakan salah satu sektor ekonomi pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Namun demikian, wisata halal masih mengalami tantangan tersendiri untuk dapat bersaing dengan wisata konvensional. Salah satu target pasar utama wisata halal adalah wisatawan muslim (Nasution, 2022). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat wisatawan muslim terhadap suatu destinasi wisata. Pertumbuhan industri pariwisata global telah menciptakan peluang baru bagi berbagai segmen wisatawan, termasuk wisatawan muslim yang jumlahnya terus meningkat. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim, destinasi wisata di seluruh dunia semakin menyadari pentingnya menawarkan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Pariwisata adalah sektor yang berpengaruh dalam pendapatan negara, melekat dalam mendorong produksi pembangunan negara, menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan dan lapangan usaha, dan dapat membantu sumber penghasilan bagi penduduk tertinggal. Pariwisata Islam, juga dikenal sebagai wisata, berfokus pada isu-isu seperti keterkaitan Muslim, tempat (tujuan Islam), produk (seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya), demografi (seperti ekonomi, agama, dan kehidupan sehari-hari), dan manajemen. sistem hukum (pemasaran dan etis). Motivasi dan nilai-nilai sangat

penting dalam Islam karena berkaitan dengan tujuan dan prinsipnya. (Azizah, 2022). Industri pariwisata menjadi industri yang paling penting. Dalam periode ekonomi dan globalisasi ASEAN saat ini, Indonesia sedang bangkit dan mempromosikan pariwisatanya dengan negara lain. Baru-baru ini, industri wisata halal telah muncul sebagai sektor yang berkembang pesat dan dianut oleh beberapa negara. Begitu kuatnya fenomena ini menyebabkan terjadinya industrialisasi global pada negara-negara seperti Indonesia di kawasan ASEAN (Rahmawan, Salsabila et al., 2024).

Wisata dianggap halal jika menyangkut objek pariwisata yang dimaknai sesuai dengan ajaran Islam untuk dimanfaatkan atau diterima oleh umat Islam dalam industri pariwisata. Berdasarkan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) Award 2023, destinasi berikut yang dianggap sebagai tempat suci Islam: Nusa Tenggara Barat, Sumatera Selatan, Aceh, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Riau, Kepulauan Babel, Banten, Sumatera Selatan, dan Sulawesi Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Nusa Tenggara Barat telah menyediakan fasilitas salat yang halal dan ramah lingkungan sehingga meningkatkan jumlah perempuan muslim yang memasuki dunia kerja di tingkat lokal dan internasional (Nugroho et al., 2023).

Keputusan memasuki tempat wisata didasarkan pada perilaku wisatawan selain itu juga religiusitas merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan muslim dalam memilih destinasi wisata. Bagi wisatawan muslim, perjalanan tidak hanya dimaknai sebagai rekreasi, tetapi juga sebagai sarana untuk tetap menjalankan kewajiban agama. Destinasi yang menyediakan fasilitas dan layanan yang mendukung pelaksanaan ibadah, seperti tempat shalat yang bersih dan terjangkau serta ketersediaan makanan halal, lebih diminati oleh wisatawan muslim. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tingkat religiusitas wisatawan menjadi penting dalam merancang produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Somadi et al., 2024).

Menurut Kotler & Armstrong:2018 Kualitas layanan ditentukan oleh seberapa baik kebutuhan pelanggan terpenuhi dan seberapa baik penyedia

layanan mengelola risiko. Kualitas layanan merupakan aspek krusial yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempengaruhi kepuasan mereka. Wisatawan muslim, sama halnya dengan wisatawan pada umumnya, mengharapkan pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai selama berwisata. Layanan yang ramah, fasilitas yang bersih dan nyaman, serta staf yang berpengetahuan dan responsif terhadap kebutuhan khusus wisatawan muslim, seperti makanan halal dan informasi tentang waktu serta tempat ibadah, akan meningkatkan minat dan loyalitas mereka terhadap destinasi tersebut (Somadi et al., 2024).

Religiusitas merupakan faktor utama yang membentuk preferensi wisatawan muslim, terutama dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan nilai agama Islam. Kajian ini penting karena kebutuhan akan fasilitas Islam (seperti masjid, makanan halal, dan tempat ramah Muslim) telah menjadi kriteria penting dalam perencanaan masyarakat. Kualitas pelayanan di destinasi wisata, seperti kebersihan, profesionalisme staf, dan keramahan, secara signifikan meningkatkan keyakinan dan motivasi wisatawan muslim untuk memilih destinasi yang menganut syariat Islam. Citra destinasi merupakan persepsi yang terbentuk dari informasi yang diterima wisatawan pada suatu lokasi tertentu (Chairunisa & Dwiyanto, 2023).

Citra destinasi wisata berperan penting dalam membentuk persepsi dan minat wisatawan muslim. Citra yang positif mencakup berbagai aspek seperti keamanan, keramahan, keindahan alam, serta kesesuaian dengan nilai-nilai Islam. Destinasi yang berhasil membangun citra sebagai tempat yang aman, nyaman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam akan lebih mudah menarik minat wisatawan muslim. Citra yang positif juga dapat dibangun melalui promosi yang efektif dan testimoni dari wisatawan muslim yang puas dengan pengalaman mereka (Amalia et al., 2021).

Konsep wisata halal mencakup berbagai elemen yang harus dipenuhi untuk menjamin kenyamanan dan kepuasan wisatawan muslim. Ini mencakup penyediaan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, serta pemisahan fasilitas antara pria dan wanita jika diperlukan. Destinasi yang mematuhi dan

mempromosikan prinsip-prinsip wisata halal akan lebih menarik bagi wisatawan muslim karena memberikan jaminan bahwa kebutuhan religius mereka akan terpenuhi selama perjalanan (Kurniawan, 2020).

Ketika membahas kriteria halal, hal pertama yang harus diperhatikan adalah persyaratan dan spesifikasi yang harus dicantumkan dalam faktor halal. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam hal ini antara lain religiusitas wisatawan, kualitas layanan destinasi wisata, citra destinasi wisata, dan seberapa jauh destinasi wisata memenuhi prinsip-prinsip wisata halal. Religiusitas merupakan faktor penting karena wisatawan muslim lebih mengutamakan destinasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka. Kualitas layanan juga mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Citra destinasi yang positif akan mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Sedangkan prinsip wisata halal perlu dipenuhi agar wisatawan muslim merasa nyaman dan aman selama berwisata (Kautsar, 2022).

Hasil dari penelitian (Maulidiyah et al., 2022), *Jurnal El-Aswaq Vol 3 2022*. mengenai “Pengaruh Religiositas, Citra Destinasi, Promosi, Dan Fasilitas Ramah Muslim Terhadap Kepuasan Berkunjung Destinasi Halal Di Malang” Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: 1) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. 2) Citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan berkunjung. 3) Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. 4) Fasilitas ramah muslim berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Dalam penelitian (Musnia et al., 2023), *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6 No 2, Juni 2023*. mengenai “Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan” Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi terkait atribut wisata halal secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan. Dalam penelitian (Arta & Fikriyah, 2021), *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Vol 4 No 2, 2021*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung. Namun, pengetahuan halal memiliki dampak signifikan terhadap

minat berkunjung. Secara keseluruhan, kedua variabel tersebut, yakni religiusitas dan pengetahuan halal, secara simultan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan Muslim ketika memilih destinasi liburan. Dengan pemahaman tentang pentingnya religiusitas, kualitas layanan, destinasi, dan wisata halal, para pelaku industri pariwisata dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik wisatawan Muslim. Berdasarkan fenomena pengetahuan masyarakat yang sebagian besar bias terhadap konsep fotografi halal. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi Wisata, Dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh religius seseorang terhadap wisatawan, serta pengaruh kualitas pelayanan, citra destinasi, dan halal wisata terhadap minat wisatawan muslim.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan skala Likert sebagai pengambilan sampel data. Tujuannya adalah untuk Melihat pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi Wisata, Dan Wisata Halal serta apakah faktor-faktor ini mempengaruhi minat wisatawan muslim. Penelitian ini meningkatkan variabel dependen yaitu minat wisatawan muslim. Sebaliknya, variabel independen meliputi Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi Wisata, Dan Wisata Halal . Penelitian ini menyajikan data yang diperoleh dari respon kuesioner responden. Survei ini akan melibatkan 90 responden. Purposive sampling merupakan suatu metode pemilihan sampel yang diterapkan. Metodologi penelitian menggunakan SPSS versi 25. Penelitian ini memiliki fokus kuantitatif dan menggunakan analisis statistik seperti asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Uji

#### Uji Asumsi Klasik

##### *Normalitas*

Tes Kolmogorov-Smirnov, sering dikenal sebagai KS atau K-S, adalah versi nonparametrik dari distribusi probabilitas kontinu yang dapat digunakan untuk membandingkan satu sampel dengan distribusi referensi probabilitas (K-S) atau untuk membandingkan dua kelompok sampel (sampel K-S). setelah Andrey Kolmogorov dan Nikolai Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan sebagai uji goodness of fit, khususnya untuk uji distribusi normalitas, dimana sampel dinormalisasi dan dibandingkan dengan distribusi standar normal (Quraisy, 2022).

Tabel 1. Uji Normalitas

N	Asymp.Sig(2-tailed)
90	0.200

Olah Data SPSS 25

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas prob. Nilai  $> 0.05$  yang berarti model tersebut berdistribusi normal.

##### *Multikolinearitas*

Teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya multilinearitas dalam model regresi berganda disebut uji multikolinearitas. Ketika dua atau lebih variabel independen memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, maka terjadi multikolinearitas (Kusumawardani, 2022) Salah satu teknik yang digunakan untuk mengevaluasi beberapa persamaan linier adalah dengan menguji faktor inflasi varians, atau VIF. Besar kecilnya varians indikator regresi

dipengaruhi oleh korelasi antar variabel terikat yang ditunjukkan dengan VIF. Nilai VIF yang tinggi menunjukkan adanya seluleritas ganda. Secara umum, terdapat indikator multilinearitas yang perlu diperhatikan jika VIF lebih dari 10 (Sriningsih et al., 2018).

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
Religius	0.752	1.329
Kualitas Layanan	0.725	1.379
Citra Destinasi Wisata	0.932	1.073
Wisata Halal	0.910	1.099

Olah Data SPSS 25

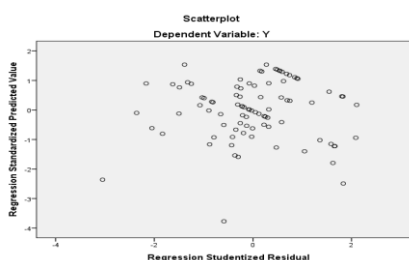
Tabel diatas tidak terjadi uji multikolinieritas dikarenakan nilai tolerance  $> 0.100$  dan VIF  $< 10$ .

### *Heteroskedastisitas*

Pengujian heterokedastisitas merupakan suatu metode model regresi yang digunakan untuk menilai variabel-variabel sisa dari suatu penelitian ke penelitian lainnya. Apabila variasi dari sisa pengamatan tetap konstan disebut homokedastisitas; sebaliknya bila variasinya berubah disebut heterokedastisitas. Model regresi yang optimal adalah yang menunjukkan homokedastisitas atau tidak mengalami permasalahan heterokedastisitas (Hasdiana, 2018).

Pengujian heteroskedastisitas dapat ditunjukkan melalui grafik scatterplot, dimana sebaran titik-titik terletak di bagian atas atau bawah kurva berbentuk Y, dan penyebaran titik-titik tersebut relatif datar dan tidak mengikuti pola yang diberikan. Keputusan dasar dibuat dengan menggunakan grafik scatterplot sebagai berikut: Jika grafik scatter plot menunjukkan titik-titik

berbeda yang mewakili keadaan saat ini (misalnya, melebar, melebar, lalu menyempit), hal ini mungkin menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Jika pada grafik scatter plot titik-titik tersebut menunjukkan batas atas dan bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk kurva karakteristik (misal melebar, melebar, kemudian menyempit), maka hal tersebut tidak mungkin terjadi yang menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Gunandi & Kismiantini, 2023).



**Gambar 1.** Tes Heteroskedastisitas

Dari hasil uji scatterplot di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena titik-titik tersebar di atas, di bawah, atau di sekitar angka 0, dan sebarannya tidak menunjukkan pola tertentu.

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah statistik yang digunakan untuk menjelaskan seberapa banyak variabel yang dimasukkan dalam model regresi linier. Nilai  $R^2$  menunjukkan tingkat signifikansi atau ukuran kesesuaian antara variabel independen dan variabel dependen dalam model tersebut (Sinambela et al., 2014).

Tabel 3. Uji Koefisiensi Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0.650	0.634

Olah Data SPSS 25

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square ( $R^2$ ) adalah 0.650, atau setara dengan 65.0%. Ini menunjukkan bahwa religiusitas, kualitas layanan, citra destinasi wisata, dan wisata halal mempengaruhi minat wisatawan Muslim sebesar 65.0%, sedangkan 35.0% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Uji F test

Uji Uji F merupakan metode statistik yang digunakan untuk membandingkan varians antara dua populasi atau sampel. Tujuan Uji F adalah untuk menentukan apakah varians antara dua sampel (atau populasi) sama atau tidak. Uji F biasanya digunakan dalam ANOVA (analisis varians) untuk menentukan perbedaan antara tiga kelompok atau lebih. Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen dalam model regresi linier. Nilai F menunjukkan signifikansi perubahan pada variabel independen. Jika nilai p kurang dari 0,05, maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai p lebih dari 0,05, maka tidak ada pengaruh yang signifikan secara konsisten (A Ni Wayan et al., 2017).

Tabel 4. Uji F

F-Statistik	Sig
39.488	0.000

Olah Data SPSS 25

Dari hasil uji F, nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh adalah 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen, yaitu religiusitas, kualitas layanan, citra destinasi wisata, dan wisata halal, secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan Muslim.

### Uji t test

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua variabel. Uji t adalah salah satu uji parametrik statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel dengan asumsi bahwa data berdistribusi normal. Dalam penelitian, uji t sering digunakan untuk membandingkan rata-rata antara dua kelompok atau populasi yang berbeda (Rachman et al., 2018).

Jika  $p > 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Namun jika  $p < 0,05$  maka terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel independen dan dependen (Artaya, 2018).

Tabel 5. Uji t

Variabel	Koefesien	Std. Error	T- Statistik	Sig
C	5.507	1.645	3.348	0.001
Religius	0.438	0.078	5.630	0.000
Kualitas Layanan	0.470	0.093	5.044	0.000

<b>Citra</b>	0.444	0.079	5.583	0.000
<b>Destinasi</b>				
<b>Wisata</b>				
<b>Wisata Halal</b>	0.068	0.050	1.350	1.181

Berdasarkan hasil uji t, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Religius (X1) adalah 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Religius (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Wisatawan Muslim (Y).

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Layanan (X2) adalah 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Wisatawan Muslim (Y).

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Citra destinasi wisata (X3) adalah 0.000, yang kurang dari 0.05. Ini menandakan bahwa variabel Citra destinasi wisata (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan Muslim (Y).

Nilai koefisien untuk variabel Wisata halal (X4) adalah 1.181, yang lebih besar dari nilai 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Wisata halal (X4) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel Minat wisatawan muslim (Y).

### **Pengaruh Religius Terhadap Minat Wisatawan Muslim**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terbukti bahwa variabel Religius memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan Muslim. Bagi wisatawan Muslim, perjalanan bukan hanya tentang bersenang-senang tetapi juga tentang kesabaran untuk meningkatkan kepekaan spiritual. Destinasi wisata yang menawarkan pengalaman spiritual akan lebih menginspirasi mereka. Faktor-faktor yang berhubungan dengan agama mempunyai peran penting dalam membentuk sikap wisatawan Muslim terhadap suatu destinasi karena mereka mencari pengalaman yang tidak hanya menarik tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai dan keyakinan agama mereka.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Khazani et al., 2023) menyatkan Pengaruh agama yang berdampak positif signifikan pada motivasi perempuan Muslim dalam bepergian, mengambil keputusan, dan melakukan aktivitas sehari-hari. Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas Islam memainkan peran penting dalam menentukan preferensi perjalanan umat Islam, dan perbedaan antara perempuan Iran dan Melayu terlihat jelas dalam dampak ritual keagamaan terhadap tujuan perjalanan. Sejalan juga dengan penelitian (Jayanegara & Najib, 2020) religius memepengaruhi minat seseorang agama dan situsi adalah dua faktor yang mungkin berdampak positif pada kehidupan seseorang, mungkin menimbulkan prasangka dalam kehidupan pribadi atau sosial seseorang.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Wisatawan Muslim**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan Muslim. Ini menunjukkan bahwa wisatawan Muslim yang menerima layanan terbaik cenderung merasa lebih puas. Hal ini menciptakan persepsi positif terhadap destinasi mereka, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka terhadap destinasi tersebut. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan persepsi wisatawan muslim namun juga membangun hubungan positif yang penting untuk meningkatkan antusiasme mereka

terhadap destinasi wisata. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Tarmidi & Wijaya, 2023) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat keinginan wisatawan Muslim untuk melakukan pembelian kembali. Kualitas layanan mendorong niat pembelian kembali di kalangan wisatawan Muslim. Layanan berkualitas yang sesuai dengan standar Islam mampu menarik wisatawan Muslim. Dan juga sejalan dengan (Fauzi et al., 2020) Mutu layanan memiliki peran krusial dalam mempengaruhi ketertarikan wisatawan Muslim pada destinasi wisata religi. Penelitian mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan prinsip Islam dan tingkat kepercayaan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas situs web yang ditujukan untuk pengunjung Muslim juga terbukti secara signifikan memengaruhi minat mereka untuk berkunjung, menyoroti betapa pentingnya mutu layanan dalam menarik wisatawan Muslim ke destinasi tertentu.

### **Pengaruh Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Muslim**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Citra destinasi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan Muslim. Destinasi yang mempertahankan standar baik dan menyediakan fasilitas yang ramah Muslim, seperti restoran halal, area untuk salat, dan lingkungan yang aman, cenderung lebih menarik bagi umat Islam. Reputasi yang baik dalam hal ini dapat memperkuat kepercayaan dan menumbuhkan kedekatan. Pengalaman perjalanan yang positif sangat penting dalam meningkatkan semangat wisatawan Muslim karena membantu mereka memilih destinasi yang aman, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Zulaikhah et al., 2023) menyimpulkan citra destinasi wisata secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan Muslim. Di Indonesia, baik citra destinasi maupun nilai-nilai Islam mempengaruhi persepsi nilai dan kepuasan, di mana citra destinasi mempengaruhi kepuasan melalui persepsi nilai. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Azeez, 2022) Citra destinasi mempengaruhi ketertarikan wisatawan Muslim untuk berkunjung.

Citra positif meningkatkan daya tarik dan mendorong kunjungan. Citra destinasi memengaruhi minat wisatawan Muslim dalam melakukan perjalanan. Nilai-nilai dan budaya Islam berpengaruh terhadap preferensi destinasi wisatawan Muslim.

### **Pengaruh Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Wisata halal memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel Minat wisatawan Muslim. Ini menunjukkan bahwa wisatawan Muslim yang sudah terbiasa dengan destinasi konvensional yang ramah terhadap kebutuhan Muslim mungkin tidak merasa perlu beralih sepenuhnya ke destinasi wisata halal. Pengalaman positif di destinasi konvensional dapat mengurangi pengaruh signifikan wisata halal. Meskipun wisata halal menawarkan fasilitas sesuai dengan prinsip Islam, wisatawan muslim tetap memiliki banyak pilihan destinasi yang menyediakan pengalaman serupa, baik yang halal maupun yang konvensional namun ramah muslim. Hal ini menyebabkan pengaruh wisata halal menjadi positif tetapi tidak signifikan secara statistik. Walaupun wisata halal memberikan layanan sesuai prinsip Islam, faktor-faktor tersebut dapat mengurangi signifikansi pengaruhnya terhadap minat wisatawan muslim secara keseluruhan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Desky et al., 2022) Analisis regresi di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa wisata halal memiliki dampak positif tidak signifikan terhadap minat wisatawan Muslim. Wisatawan seringkali menginginkan pengalaman yang memperkaya secara budaya dan spiritual. Destinasi yang menyediakan wisata halal menjadi daya tarik bagi mereka yang ingin mengeksplorasi dan mengalami perjalanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan praktik agama Islam. Dan juga penelitian (Ramadhanti & Marsasi, 2023) Halal pariwisata memiliki pengaruh positif yang diabaikan untuk pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginspirasi dan mendorong inovasi dalam industri Pariwisata untuk mengembangkan bisnis pariwisata berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

## Kesimpulan

Variabel Religius memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan muslim. Variabel Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan muslim. Variabel Citra destinasi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat wisatawan muslim. Dan variabel Wisata halal memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel Minat wisatawan muslim. Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya elemen religius, kualitas layanan, dan citra destinasi dalam menarik minat wisatawan muslim. Destinasi wisata yang ingin meningkatkan jumlah wisatawan muslim perlu fokus pada penyediaan fasilitas yang mendukung praktik keagamaan, layanan berkualitas tinggi, dan membangun citra positif sebagai destinasi yang ramah muslim. Sementara wisata halal memiliki pengaruh positif, faktor ini perlu dikombinasikan dengan strategi lain untuk mencapai pengaruh yang lebih signifikan terhadap minat wisatawan muslim.

## Daftar Pustaka

- A Ni Wayan, R., Nohe, D. A., & Goejantoro, R. (2017). Penerapan Statistika Nonparametrik dengan Metode Brown-Mood pada Regresi Linier Berganda. *Eksponensial*, 7(1), 1-8.
- Amalia, F. A., Gunawan, A. I., & Wibisono, N. (2021). Citra Destinasi Wisata Halal di Jepang: Wisatawan Dan Non-Wisatawan Muslim Dari Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(1), 1-10. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i1.2473>
- Arta, A. D., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung pada Objek Wisata di Malang Raya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 179-187. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p179-187>
- Artaya, I. P. (2018). Uji t Dua Sampel Satu Sisi ( Two Sample T-Test ; Two Sides ). December. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18645.47849>
- Azeez, Z. A. (2022). Effects of Travel Motivation on Image Destination: Najaf City as a Case Study. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(1), 73-82. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170107>

- Azizah, S. N. (2022). Peran Organisasi Konferensi Islam (OKI) dalam Penerapan Islamic Tourism di Negara-Negara Muslim. *Jurnal Sagacious*, 8(2), 1-14. <https://rumahjurnal.net/sagacious/article/view/1082>
- Chairunisa, S., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Experiential Marketing, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Objek Wisata Religi Masjid Agung Banten). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Desky, H., Thaver, B., & Rijal, S. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction with Halal Tourism in Aceh. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4(1), 1-8. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.14479>
- Fauzi, F., Suryanto, T., Anggraeni, E., & Nasor, M. (2020). the Effect of Tourism Image, Service Quality, and Promotion on Religious Tourism Interest in Pringsewu Regency. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.18713>
- Gunandi, A., & Kismiantini. (2023). Penerapan Analisis Jalur Pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Indonesia. *Jurnal Statistika Dan Sains Data*, 1, 20-39.
- Hasdiana, U. (2018). Uji Heteroskedastisitas. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1-5.
- Jayanegara, K. W., & Najib, M. F. (2020). Pengaruh Simbol Religi Periklanan terhadap Minat Beli Konsumen. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 920-929. <https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2143>
- Al Kautsar, I., Muhammad, D. W., & Lestari, A. Y. (2022). Bisnis pariwisata halal bagi keluarga muslim di indonesia dalam perspektif maqashid al-syari'ah. *Istinbath: Jurnal Hukum*, 19(1), 58-76. <https://doi.org/10.32332/istinbath.v19i02.4811>
- Khazani, I., Ibrahim, W., Hashim, K. S. H., & Gombak, J. (2023). 2023 Halal Homestay. *International Islamic University Malaysia - INHART Shari'ah*, 3(1), 1-10.
- Kurniawan, R. (2020). Pariwisata Syariah Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah. In *K-Media Yogyakarta*. <http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>

- Kusumawardani, R. (2022). *Ekonometrika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta* (1st ed., Issue February). CV Gerbang Media Aksara.
- Maulidiyah, A., Afifudin, & Hariri. (2022). Pengaruh Religiusitas, Citra Destinasi, Promosi dan Fasilitas Ramah Muslim Terhadap Kepuasan Berkunjung Destinasi Halal di Malang. *El-Aswaq*, 3(1), 1-23.
- Musnia, M., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jesya*, 6(2), 1899-1900. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1188>
- Nasution, L. Z. (2022). Kebijakan Merger Bank pada Perbankan Syariah: Studi Bibliometrik dan Perspektif Kritis. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2), 33-57. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v13i1.1979>
- Nugroho, D. K., Ligery, F., & Saputra, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Halal dan Citra Destinasi Wisata Halal terhadap Kepuasan Wisatawan Muslim. *Bulletin of Community Engagement*, 2(2).
- Quraisy, A. (2022). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilk. *JHEST Journal of Health Education Economics Science and Technology*, 3(1), 7-11. <https://doi.org/10.36339/jhest.v3i1.42>
- Rachman, F. P. A. putra, Goejantoro, R., & Hayati, M. N. (2018). Penentuan Jumlah Replikasi Bootstrap Menggunakan Metode Pretest Pada Independent Sampel T Test ( Pendapatan Asli Daerah Kabupaten / Kota di Provinsi Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara Tahun 2015 ). *Jurnal Ekspansional*, 9(1), 35-40. blob:chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/27956194-298e-41aa-9c94-ec7a856961d4
- Rahmawan, Salsabila, F., Arif, M., & Inayah, N. (2024). Analisis Kesiapan Pariwisata Halal Melalui Penerapan Indonesia Muslim Travel Index ( IMTI ) Dalam Mewujudkan Friendly Tourism. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(4), 325-332.
- Ramadhanti, D., & Marsasi, E. G. (2023). The Influence of Attitudes and Halal Perceptions on Intention to Visit Halal Tourism Destinations. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 54. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).54-73](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).54-73)

- Sinambela, S. D., Ariswoyo, S., & Sitepu, H. R. (2014). Antara Estimasi M Dengan Type Welsch Dengan Least Trimmed Square Dalam Data Yang Mempunyai Pengecilan. *Saintia Matematika*, 02(03), 225-235.
- Somadi, Cupian, & Hayati, A. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Wisata Halal. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(1), 1-19.
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>
- Tarmidi, D., & Wijaya, I. (2023). The effect of price and service quality on the interest in repurchasing: citylink airlines in indonesia. *Enrichment : Journal of Management*, 13(1), 480-486. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1298>
- Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfactin (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *Journal of Public Administration Studies*, 8(1), 50-55. <https://doi.org/10.21776/ub.jpas.2023.008.01.6>