

Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas terhadap Minat Konsumsi Pariwisata Halal di Kota Makassar

Muslihati¹, Sinar Wahyuni², Rendi³

UIN Alauddin Makassar¹², Universitas Cokroaminoto Makassar², Institut Agama Islam DDI Polewali Mandar³

E-mail: e-mail: muslihati.muslihati@uin-alauddin.ac.id¹, sinar.wahyuni@ucm-si.ac², Rendilfc11@gmail.com³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap minat konsumsi dan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat konsumsi. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian terapan dengan field research. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan asosiatif kausal. Metode dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder melalui jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Teknik sampel yang digunakan menggunakan rumus random sampling atau penentuan secara acak dengan jumlah sampel 150. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi pariwisata halal di Kota Makassar. Artinya literasi halal dan religiusitas mempengaruhi masyarakat kota Makassar dalam melakukan konsumsi pada pariwisata halal.

Kata Kunci: *Literasi Halal, Minat Konsumsi, Pariwisata Halal*

The purpose of this study was to determine the effect of halal literacy on consumption interest and to determine the effect of religiosity on consumption interest. This type of research uses applied research with field research. The research approach uses quantitative with causal associative. The method in this study uses primary data collected using questionnaires and secondary data through journals related to the study. The sampling technique used is the random sampling formula or random determination with a sample size of 150. The data analysis technique used in this study is SEM. The results of this study indicate that halal literacy has a positive and significant effect on consumption interest and religiosity has a positive and significant effect on consumption interest in halal tourism in Makassar City. This means that halal literacy and religiosity influence the people of Makassar City in consuming halal tourism

Keywords: *Halal Literacy, Consumption Interest, Halal Touris*

I. PENDAHULUAN

Rasa ingin tahu masyarakat terhadap aktivitas wisata sekarang berkembang dengan sangat cepat. Ini adalah keadaan yang mendorong Indonesia untuk menetapkan visinya untuk pariwisata: "Menjadi Negara Tujuan Pariwisata Halal Kelas Dunia." Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI 2023), diperkirakan ada 230 juta wisatawan muslim di seluruh dunia hingga tahun 2030.¹ Pada dasarnya, pariwisata adalah konsep yang sangat beragam, yang menyebabkan banyak pengertian yang diberikan oleh para ahli dan praktisi berdasarkan berbagai disiplin ilmu dan tujuan.

1,8 miliar orang, atau 24% dari total populasi dunia, wisata halal menjadi prospek yang semakin menjanjikan. Setidaknya 170 juta orang muslim pergi ke berbagai tempat wisata di seluruh dunia.² Di seluruh dunia, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Islam terbesar. Pada tahun 2022, ada 231,06 juta Muslim di Indonesia, atau 86,7% dari populasi negara, menurut data dari Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC). Akibatnya, pasar konsumen Muslim memiliki potensi yang sangat besar untuk dieksplorasi. Oleh karena itu, industri Indonesia terus berkembang setiap tahunnya.³

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang sangat penting bagi banyak negara di seluruh dunia, dan memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial di Indonesia. Salah satu bidang ekonomi dengan pertumbuhan paling cepat adalah pariwisata halal, yang muncul sebagai konsekuensi dari banyaknya penduduk Muslim Indonesia. Salah satu bagian industri pariwisata dengan pertumbuhan tercepat di dunia adalah pasar wisata halal. Sektor ini masih relatif kurang dikembangkan meskipun memiliki potensi yang

¹ Sulistyo Budi Utomo, Reza Nurul Ichsan, Tribowo Rachmat Fauzan, Luckhy Natalia Anastasye Lotte, & Muh. Zakaria. (2024). Religiusitas sebagai Moderasi dan Faktor yang Mempengaruhi Niat Wisatawan Mengunjungi Wisata Halal di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3893–3905. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4172>

² Muthmainnah, S. R., & Rubiyanti, R. N. (2020). Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Minat Wisata Halal Ke Luar Negeri Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(3), 274–285.

³ Novitasari, S. I. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.3963>

besar. Beberapa hambatan dan hambatan yang harus diatasi terus ada, termasuk di Indonesia.

Menurut World Travel and Tourism Council (WTTC), Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan pariwisata tercepat nomor sembilan di dunia (Fadillah et al., 2021).⁴ Sebagai tanggapan terhadap permintaan yang semakin meningkat dari pengunjung muslim yang menginginkan pengalaman wisata yang sesuai dengan keyakinan keagamaan mereka, pariwisata halal telah menjadi bagian penting dari sektor pariwisata global. Konsep pariwisata ini terbuka untuk semua orang, tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, atau hal lainnya, selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam⁵.

Wisata halal juga membantu pertumbuhan ekonomi syariah, menurut laporan Bank Indonesia (BI). Indonesia memiliki banyak pilihan wisata halal karena mayoritas penduduknya beragama Islam.⁶ Berdasarkan penjelasan di atas, jelas bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan ekonominya melalui pengembangan wisata halal. Namun demikian, perlu diingat bahwa wisata halal Indonesia tidak akan berkembang tanpa pengelolaan yang baik.

Sulawesi Selatan adalah salah satu tempat wisata halal terbaik. Keindahannya dan daya tarik wisata di Sulawesi Selatan dapat mendorong pariwisata. Dengan banyaknya sumber daya alam dan keindahan alamnya, pemerintah daerah memiliki kesempatan untuk mengembangkan industri pariwisata menjadi salah satu sumber pendanaan utama. Wisatawan asing lebih suka mengunjungi Sulawesi Selatan, termasuk Kota Makassar, karena keragaman budayanya. Mayoritas penduduk Kota Makassar adalah Muslim, dengan total penduduk 1,5 juta jiwa.

Wisata halal memiliki banyak istilah. Wisata syariah, wisata islami, wisata halal, dan destinasi muslim ramah juga merupakan istilah lain untuk wisata halal. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah mendefinisikan syariah

⁴ Fadillah, I., Mone, A., & Riskasari. Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1) (2021), h.353.

⁵ Putra, A., Ismail, N., & Al-Ayubi, S. Analisis Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal , dan Sikap Konsumtif terhadap Preferensi Wisatawan pada Pariwisata Halal di Solok. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2024),h. 4043

⁶ Devitasari, Fasa, M. I., & Soeharto. Analisis Pengembangan Wisata Halal Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15 . (2022), h. 130. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>

sebagai prinsip-prinsip hukum Islam yang diatur oleh fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Definisi ini ditemukan dalam Pasal 1. Sejak tahun 1992, istilah "syariah" telah digunakan dalam industri perbankan Indonesia.⁷ Pariwisata halal atau halal tourisme adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan konsep pariwisata yang mengikuti moral dan aturan syariah Islam. Istilah lain, seperti wisata Islami dan wisata halal, juga digunakan untuk menyebutkannya.⁸

Konsumsi produk halal di seluruh dunia baru-baru ini telah meningkat, khususnya produk halal. Tidak diragukan lagi, produk halal adalah salah satu demografi konsumen yang berkembang paling cepat di seluruh dunia.⁹ Karena meningkatnya kesadaran akan pentingnya makanan yang sesuai dengan agama Islam, sektor makanan dan minuman halal telah menjadi perhatian utama di banyak negara, termasuk Indonesia.

Masyarakat masih kurang memahami hukum halal. Orang-orang hanya tahu label produk menunjukkan apakah itu halal atau haram. Produk dengan logo halal belum tentu halal. Dengan kemajuan zaman saat ini, semakin banyak produk yang tidak memiliki label halal. Sebagai contoh, label halal jarang digunakan pada makanan ringan yang sering dijual di toko online. Namun, produk yang tidak memiliki label halal belum tentu tidak halal. Saat bepergian, hal yang paling penting adalah makanan halal. Diharapkan wisatawan muslim dari negara lain dapat memenuhi kebutuhan makanan mereka dan merasa aman saat bepergian karena makanan halal tersedia dengan mudah.

Literasi sangat penting untuk mendukung perkembangan industri, tidak terkecuali industri halal. Literasi dalam industri halal berarti literasi yang berkaitan dengan halal. Konsumen Muslim memiliki perintah yang ketat yang mengatur perilaku mereka saat membeli sesuatu. Namun, individu Muslim yang berbeda mungkin mengatur perintah ini dengan cara yang berbeda, yang dapat disebabkan oleh tingkat literasi halal yang berbeda yang dimiliki setiap orang.

Literasi halal mengacu pada pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang produk yang mereka konsumsi. Tidak hanya label produk yang menentukan halal

⁷ Yuni, I. D., Insani, F., & Batubara, M. *Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Syariah*. 8(2023), h. 1069.

⁸ Basyariah, N. Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic*, 2(2021), h 1

⁹ Wahyuni, S. Efek Mediasi Literasi Halal dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Konsumsi terhadap Pariwisata Halal. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(2024), h. 67. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v3i1.113>

atau haramnya, tetapi konsumen harus memahami produk tersebut. Dengan menggunakan hukum Islam, literasi halal membantu Anda membedakan barang dan jasa yang dianggap halal atau haram.¹⁰ Ini menunjukkan bahwa literasi dan pengetahuan adalah satu sama lain; literasi dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkannya melalui proses membaca dan menulis.¹¹

Literasi halal menjadi acuan dalam mengkonsumsi baik makanan atau minuman. Tingkat literasi halal dan religiusitas masyarakat masih minim khususnya pada masyarakat kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap minat konsumsi. Sehingga penelitian layak untuk diteliti dengan judul “Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Pariwisata Halal di Kota Makassar”

II. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian terapan dengan *field research*. Tujuan dari penelitian terapan adalah untuk mencari solusi tentang masalah-masalah tertentu khususnya untuk melihat hubungan antar variabel sehingga hasil penelitian dapat dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian selanjutnya baik individu maupun kelompok. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan asosiatif kausal. Metode dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder melalui jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Teknik sampel yang digunakan menggunakan rumus random sampling atau penentuan secara acak dengan jumlah sampel 150 dari total populasi 1.5 juta jiwa penduduk Kota Makassar. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* atau SEM.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian setelah melakukan olah data menggunakan Smart PLS dengan tiga variabel yang digunakan yaitu Literasi Halal (X1) dan Religiusitas (X2) sebagai variabel independen dan Minat Konsumsi (Y) sebagai variabel

¹⁰ Pratama, D. B., & Hartati, N. Pengaruh Literasi Halal Dan Religiositas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Finansha*, 1 . (2020), h.1

¹¹ Ma'rifah, A. N., Nasor, M., & Anggraeni, E. Tingkat Literasi Pariwisata Halal Dan Keputusan Berwisata Pada Wisata Halal (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR: Ekonomi Manajemen Orientasi Riset*, 3 (2020), h.16.

dependen. Dalam pengujian data pada Smart PLS, ada dua pengujian yang dilakukan yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

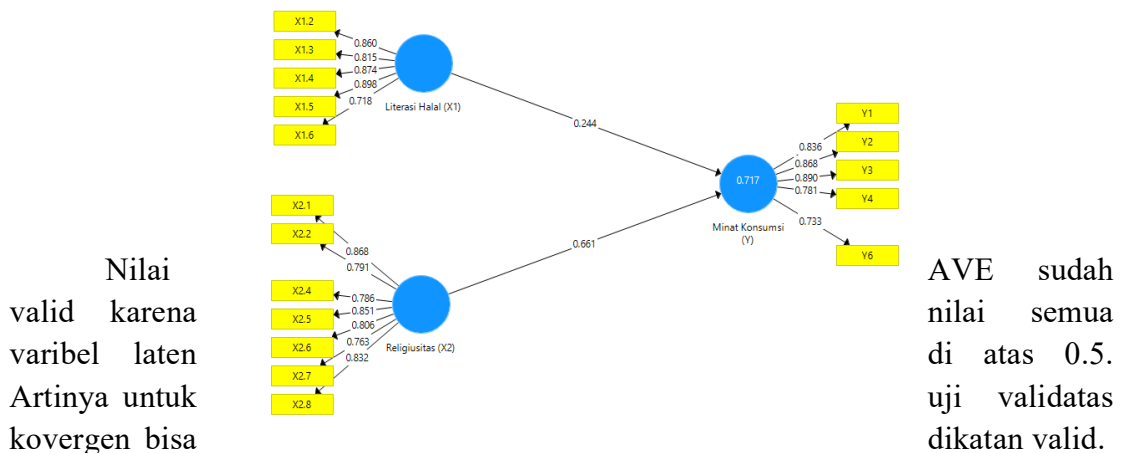
a. *Outer Model* (model pengukuran)

Outer model atau model pengukuran memiliki 3 tahapan adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kumpulan indikator mencerminkan satu variabel laten atau variabel yang mendasarinya. Validitas konvergen apakah indikator yang dipilih secara efektif merepresentasikan variabel laten yang ingin diukur. Selanjutnya uji validitas konvergen dilakukan untuk melihat nilai outer loading dan nilai AVE. Pengukuran outer loading di atas 0.7 dan nilai AVE untuk setiap variabel di atas 0.5. Total indikator yang digunakan adalah 20 indikator, tetapi variabel yang valid hanya 17 indikator.

Gambar Outer Loading



Tabel AVE

	Average Variance

	Extracted (AVE)
Literasi Halal (X1)	0.698
Minat Konsumsi (Y)	0.679
Religiusitas (X2)	0.664

2. Uji Diskriminan validiti

Discriminant validity merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk melihat sejauh mana konstruk yang satu dengan konstruk yang lainnya jauh berbeda dari standar empiris dan juga digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel atau indikator dalam penelitian memiliki nilai unik dan hanya terkait dengan variabel atau indikator sendiri dan bukan dari. Ada dua tahap yang harus dilakukan untuk melihat apakah model penelitian memiliki validitasi yang baik yaitu hasil *cross loading* dan hasil *forne larcker criterion*.

Tabel Uji Fornel Larcker

	Literasi Halal (X1)	Minat Konsumsi (Y)	Religiusitas (X2)
Literasi Halal (X1)	0.835		
Minat Konsumsi (Y)	0.697	0.824	
Religiusitas (X2)	0.685	0.828	0.815

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai yang lebih tinggi ketika menjelaskan variabel itu sendiri dibandingkan dengan variabel lainnya pada kolom yang sama. Setelah diamati pada tabel di atas, Literasi Halal memiliki nilai 0.835 yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya yang berada pada kolom yang sama, sama halnya Minat Konsumsi yang memiliki nilai 0.824 yang nilai lebih tinggi dibandingkan pada kolom yang sama. Serta Religiusitas dengan nilai 0.815.

3. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui nilai cronbach alpha dan composite reliability. Dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha untuk setiap variabel di atas 0.6 dan nilai composite reliability di atas 0.7. Hasil di bawah menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha dan composite reliability yaitu reliabel. Semua variabel laten memenuhi syarat dari pengujian.

Tabel Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Literasi Halal (X1)	0.890	0.920
Minat Konsumsi (Y)	0.880	0.913
Religiusitas (X2)	0.915	0.932

Uji outer model atau model pengukuran dari variabel Literasi Halal (X1), Religiusitas (X2), dan Minat Konsumsi (Y) telah memenuhi syarat pengujian. Terbukti dari hasil yang didapatkan semua variabel dikatakan valid dan reliabel.

b. *Inner model* (model struktural)

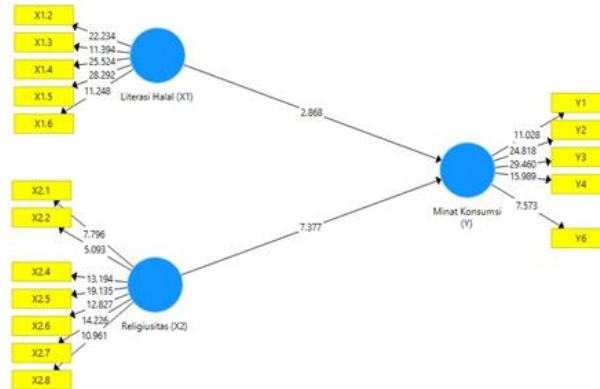
Model struktural (inner model) digunakan untuk melihat hubungan antar variabel, nilai signifikan dan R-square dalam model penelitian. Pada model ini dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji T, signifikan, dan koefisien parameter jalur struktural.

Tabel R Square

	R Square	R Square Adjusted
Minat Konsumsi (Y)	0.717	0.713

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R-Square dari Minat Konsumsi senilai 0.717 atau sebesar 71.7%. Hal ini menunjukkan bahwa 71.7% Minat Konsumsi dipengaruhi oleh Literasi Halal dan Religiusitas. Sedangkan 38.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel yang diteliti.

Model struktural



c. Uji Hipotesis

Dasar pada hasil penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output coefficients*. Berikut tabel output dalam pengujian model struktural.

Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Signifika n Level
Literasi Halal (X1) -> Minat Konsumsi (Y)	0.244	2.791	0.005	S
Religiusitas (X2) -> Minat Konsumsi (Y)	0.661	7.258	0.000	S

Pengujian pada SmartPLS secara statistik setiap hubungan yang telah dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dengan hal ini, maka akan dilakukan perhitungan dengan uji bootstrapping terhadap sampel. Pengujian dalam bootstrapping dimasukkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data dalam sebuah penelitian, adapun hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis H1 (Diduga Literasi Halal berpengaruh terhadap Minat Konsumsi)

Hipotesis H1 yang menyatakan bahwa diduga literasi halal berpengaruh terhadap minat konsumsi terbukti. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur 0.244 dengan nilai t-statistik 2.791 yang mana nilai ini lebih besar dari 1.96. Begitupun dengan nilai yang terdapat pada p-value ($0.005 < \alpha$ (0.05)). Hal ini berarti bahwa literasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima.

Hasil penelitian yang diperoleh dari pengaruh literasi halal terhadap minat konsumsi yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi halal seseorang maka, akan semakin meningkat pula minat seseorang untuk menggunakan produk halal dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anis dan Khairul Anwar menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel literasi halal terhadap minat konsumsi. Hasil pengelolaan data menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran yang cukup bagus mengenai kehalalan pada suatu produk, pemahaman mengenai bahan makanan halal serta sertifikasi halal pada produk konsumsi juga cukup tinggi (Setyowati & Anwar, 2022).

2. Pengujian Hipotesis H2 (Diduga Religiusitas berpengaruh terhadap Minat Konsumsi)

Hipotesis H2 yang menyatakan bahwa diduga religiusitas berpengaruh terhadap minat konsumsi terbukti. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur 0.661 dengan nilai t-statistik 7.259 yang mana nilai ini lebih besar dari 1.96. Begitupun dengan nilai yang terdapat pada p-value ($0.000 < \alpha$ (0.05)). Hal ini berarti bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat konsumsi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima.

Hasil penelitian yang diperoleh dari pengaruh religiusitas terhadap minat konsumsi yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas atau keyakinan mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih konsumsi pada wisata halal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bessek Jamalia dengan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk halal (Jamalia, 2023). Religiusitas sebagai cerminan dari kadar keimanan individu terhadap keyakinan, pengetahuan, pengamalan, pengalaman, dan perilaku sesuai ajaran agama yang berperan dalam setiap aktivitas konsumsi.

IV. KESIMPULAN

Hasil Kesimpulan yang dapat diambil dari uji analisis data yang dilakukan di Kota Makassar mengenai pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat konsumsi pariwisata halal, menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumsi pariwisata halal di Kota Makassar. Artinya literasi halal dan religiusitas mempengaruhi masyarakat kota Makassar dalam melakukan konsumsi pada pariwisata halal. Pemahaman masyarakat mengenai literasi halal cukup tinggi dilihat dari hasil yang diperoleh yaitu berpengaruh signifikan, begitu juga tingkat religiusitas masyarakat kota Makassar cukup tinggi dalam hal mengkonsumsi makanan halal yang ada di wisata kota Makassar, terbukti dari hasil olah data diperoleh hasil signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basyariah, N. (2021). Konsep Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic*, 2(1), 1–6.
- Devitasari, Fasa, M. I., & Soeharto. (2022). Analisis Pengembangan Wisata Halal Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 130–139. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>
- Fadillah, I., Mone, A., & Riskasari. (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 353–367.
- Jamalia, B. (2023). Pengaruh Religiusitas , Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. *Wasathiyah : Jurnal Studi Keislaman*, 4(1), 1–7.
- Ma'rifah, A. N., Nasor, M., & Anggraeni, E. (2020). Tingkat Literasi Pariwisata Halal Dan Keputusan Berwisata Pada Wisata Halal (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR: Ekonomi Manajemen Orientasi Riset*, 3(2), 16–31.
- Muthmainnah, S. R., & Rubiyanti, R. N. (2020). Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Minat Wisata Halal Ke Luar Negeri Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(3), 274–285.

- Novitasari, S. I. D., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.3963>
- Pratama, D. B., & Hartati, N. (2020). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Konsumsi Produk Halal Pada Mahasiswa Mks Uin Sunan Gunung Djati Bandung. *Finansha*, 1(2), 1–12.
- Putra, A., Ismail, N., & Al-Ayubi, S. (2024). Analisis Pengaruh Religiusitas , Literasi Halal , dan Sikap Konsumtif terhadap Preferensi Wisatawan pada Pariwisata Halal di Solok. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(10), 4043–4057.
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *Lisan Al-Hal*, 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal>.
- Sulistyo Budi Utomo, Reza Nurul Ichsan, Tribowo Rachmat Fauzan, Luckhy Natalia Anastasye Lotte, & Muh. Zakaria. (2024). Religiusitas sebagai Moderasi dan Faktor yang Mempengaruhi Niat Wisatawan Mengunjungi Wisata Halal di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3893–3905. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4172>
- Wahyuni, S. (2024). Efek Mediasi Literasi Halal dalam Hubungan Religiusitas dan Minat Konsumsi terhadap Pariwisata Halal. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(1), 67–81. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v3i1.113>
- Yuni, I. D., Insani, F., & Batubara, M. (2023). *Pariwisata Halal Perspektif Ekonomi Syariah*. 8(4), 1069–1081.