

EKSPLORASI NIAT BEPERGIAN WISATAWAN MUSLIM: STUDI KASUS MASYARAKAT MUSLIM KOTA BATAM YANG AKAN BERKUNJUNG KE PULAU BALI

**Dame Afrina Sihombing¹⁾, Oda Ignatius Besar Hariyanto²⁾, Theresia Dwi
Kristina Shandra³⁾**

*Program studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional
Batam^{1,2,3)}*

dame@uib.ac.id

Abstrak.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki ragam suku dan budaya. Salah satu industri penting untuk pertumbuhan Indonesia adalah sektor pariwisata, industri pariwisata yang dimaksud adalah hotel, restoran, transportasi, kerajinan tangan, dan lain sebagainya yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan berkembangnya sektor ekonomi. Indonesia memiliki 231 juta penduduk dengan agama islam, hal ini sangat berpengaruh terhadap industri pariwisata. Mastercard Crescentrating Global Travel Market Index pada laporannya di tahun 2019 menyebutkan pada tahun 2026 diprediksi akan ada 230 juta wisatawan muslim secara global yang akan melakukan perjalanan, sehingga setiap daerah atau negara harus bersiap untuk hal ini. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk menguji niat bepergian masyarakat muslim Kota Batam ke Pulau Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat penyebaran data melalui google form. Data yang berhasil dikumpulkan dan diuji sebanyak 400 data. Hasil pengujian ditemukan bahwa variabel religiusitas, sikap terhadap kota non-muslim, risiko halal memiliki pengaruh terhadap niat bepergian masyarakat muslim Kota Batam ke Pulau Bali.

Kata kunci: Risiko Halal, Religiusitas, Sikap terhadap Kota Non-Muslim, Pulau Bali, Niat Berpergian.

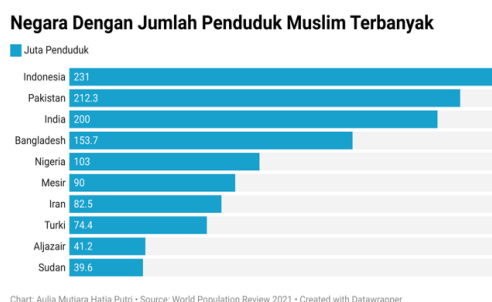
Abstract.

Indonesia is one of the countries that has a variety of ethnicities and cultures. One of the important industries for Indonesia's growth is the tourism sector, the tourism industry in question is hotels, restaurants, transportation, handicrafts, and so on which can create jobs and the development of the economic sector. Indonesia has 231 million people with the religion of Islam, this is very influential on the tourism industry. Mastercard Crescentrating Global Travel Market Index in its 2019 report states that in 2026 it is predicted that there will be 230 million Muslim tourists globally who will travel, so every region or country must prepare for this. This research is a quantitative study using primary data through the distribution of questionnaires with the aim of examining the travel intention of the Muslim community of Batam City to Bali Island. The research method used is quantitative research using a questionnaire as a tool for distributing data through google form. The data collected and tested were 400 data. The test results found that the variables of religiosity, attitudes towards non-Muslim cities, halal risk have an influence on the travel intention of the Muslim community of Batam City to Bali Island.

Keywords: Halal Risk, Religiosity, Attitudes towards Non-Muslim Cities, Bali, Travel Intention.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki ragam suku dan budaya. Indonesia merupakan Negara kepulauan di Asia Tenggara yang mempunyai total penduduk sebanyak 273,52 juta jiwa pada tahun 2023 (BPS Indonesia, 2023). Salah satu industri penting untuk pertumbuhan Indonesia adalah sektor pariwisata (Elistia, 2020). Industri pariwisata yang dimaksud adalah hotel, restoran, transportasi, kerajinan tangan, dan lain sebagainya yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan berkembangnya sektor ekonomi (Lestari, 2019). Artikel (Travel & Tourism Development Index, 2022) menjelaskan industri pariwisata Indonesia berada di urutan 32 dari total 117 negara di dunia. Indonesia naik 12 peringkat jika dibandingkan dengan capaian di tahun 2019 atau tahun terakhir prapandemi (Fauzan, 2022). Ada paradigma baru yakni industri halal dalam sektor pariwisata (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020). Artikel (Mastercard-CrescentRating, 2022) menjelaskan pada tahun 2022 populasi umat Islam telah mencapai dua miliar populasi dan terdistribusi di sekitar 200 negara. Sebanyak 25% umat muslim yang tersebar di seluruh dunia dari populasi global. Data sebaran umat muslim terbanyak di beberapa negara dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: CNBC Indonesia (2023)

Gambar 1. Negara dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak

(Muhammad Nursyamsi, 2019) adanya permintaan internasional akan wisata halal sehingga menyebabkan wisata halal menjadi mengglobal dan setiap negara seharusnya memanfaatkan adanya peluang ini dan berupaya untuk menghasilkan produk dan jasa yang halal dan dapat dipercaya oleh wisatawan muslim.

Ma'ruf Amin selaku wakil presiden Indonesia memiliki permintaan khusus kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk melakukan pengembangan potensi wisata halal di Indonesia, karena Indonesia memiliki potensi yang besar untuk wisata halal.

Mastercard CrescentRating Global Travel Market Index (GMTI) pada laporannya di tahun 2019 menyebutkan pada tahun 2026 diprediksi akan ada 230 juta wisatawan muslim secara global yang akan melakukan perjalanan. Terjadi perputaran uang dari wisata halal yang meningkat sebelumnya di tahun 2017 sebanyak 177 miliar dollar AS menjadi 274 miliar dollar AS pada tahun 2023 menurut Global Islamic Economy Report (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2023). Oleh karena hal yang dijelaskan diatas maka penelitian terkait kunjungan wisata muslim ke Pulau Bali masih sangat diperlukan perkembangannya dan masih menjadi isu yang menarik.

Niat Bepergian

Niat bepergian memiliki dua sumber yakni pribadi dan informasi. Niat bepergian diartikan sebagai keinginan yang dimiliki oleh seseorang dimana akan terbentuk sebuah persepsi sebagai sarana informasi yang penting dalam melakukan bepergian. Selain faktor diatas, faktor keamanan dan risiko juga menjadi faktor yang menentukan niat bepergian seseorang (Lam, 2020). Penelitian lainnya menurut (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020)

mengartikan bahwa pengambilan keputusan merupakan sebuah niat bepergian dimana keagamaan juga sangat mempengaruhi keputusan untuk bepergian, dimana ada persepsi pada umat muslim secara khusus dimana adanya risiko makanan yang disajikan harus dapat dipercaya halal terutama pada daerah dan negara-negara dengan mayoritas masyarakat non-muslim. Niat bepergian merupakan persepsi subjektif dari konsumen untuk melakukan perjalanan dengan tujuan spesifik (Derinta Entas, 2022). Niat untuk bepergian oleh wisatawan adalah kemungkinan yang mereka rasakan untuk mengunjungi destinasi dalam jangka waktu tertentu. Dari hal tersebut diatas yang telah dijelaskan maka keputusan wisatawan pada masa mendatang menentukan untuk melakukan bepergian adalah setelah wisatawan memutuskan dengan pasti tidak ada keraguan akan risiko yang muncul dan telah melakukan persiapan yang matang (Sean M. Hennessey, 2016).

Menurut (Mohd Hafiz Hanafiah, 2020) sikap konsumsi mempengaruhi niat bepergian seorang wisatawan muslim. Penelitian lainnya oleh (Ahmed M. AdelXin Dai, 2020), wisatawan muslim cenderung lebih lama dalam memutuskan untuk melakukan sebuah perjalanan, wisatawan mencoba mengumpulkan sebanyak-banyaknya informasi untuk mengunjungi sebuah destinasi dengan mayoritas masyarakat non-muslim.

Hubungan Religiusitas terhadap Sikap pada Kota Non-Islam

Religiusitas merupakan sifat seseorang yang terkait dengan norma dan agama yang menjadi identitas diri. Semakin besar religiusitas seseorang maka semakin besar juga hal tersebut mempengaruhi perilakunya. Oleh karena itu religiusitas memiliki dampak dalam sikap seseorang menentukan atau membuat sebuah keputusan bepergian. Sikap yang dimaksud disini adalah dimana seseorang menentukan destinasi pariwisata halal (Berto Mulia

Wibawa, 2022) dimana dari hasil penelitian sikap memiliki pengaruh terhadap sikap. Penelitian lainnya oleh (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020) dan (Lenggoeni, 2020) juga memiliki hasil yang sama yaitu religiusitas memiliki pengaruh terhadap sikap.

Hubungan Risiko Halal dan Sikap pada Kota Non-Islam terhadap Niat Berpergian

(Mehkar Sherwani and Afzaal Ali, 2018) menjelaskan bahwa adanya peningkatan permintaan akan produk halal pada negara non-muslim seperti Jerman sedangkan pasokan produk berkurang. Negara-negara dengan mayoritas non-muslim harus dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada wisatawan akan produk yang disajikan agar keraguan dan ketidakpercayaan tiap wisatawan untuk berkunjung dapat teratasi. Seperti halnya di Jerman, tidak semua produk lokal dan internasional yang ditawarkan memiliki logo halal pada tiap kemasan. (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020) juga menjelaskan bahwa ada pengaruh risiko halal yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi Korea, ada pengaruh risiko halal terhadap sikap dalam memutuskan untuk melakukan kunjungan ke Korea. Penelitian lainnya oleh (Lenggoeni, 2020) (Berto Mulia Wibawa, 2022) bahwa adanya pengaruh signifikan dari risiko halal yang mempengaruhi sikap seseorang dalam memutuskan untuk melakukan bepergian atau kunjungan ke sebuah negara atau destinasi.



Gambar 2. Model Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H₁ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Risiko Halal

H₂ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Sikap terhadap Kota Non-Islam

H₃ : Risiko Halal dan Sikap terhadap Kota Non-Islam berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Berpergian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ialah penelitian yang bersifat menguji setiap hipotesis (*hypotesis testing*) untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel dan digolongkan sebagai penelitian dasar, dimana diarahkan untuk memecahkan masalah teori yang dihasilkannya, dapat mendasari pemecahan masalah praktis misalnya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku manusia (Sujarweni, 2022).

Studi penelitian ini menguji beberapa variable yakni variable independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yang terdiri dari religiusitas yang di mediasi oleh persepsi risiko halal, sikap terhadap kota non-islam dengan variabel dependen niat berpergian.

Objek Penelitian

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk diteliti. (Sujarweni, 2022). Populasi pada penelitian ini adalah Penduduk Kota Batam jumlah sebanyak 1.196.396 jiwa yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

$$\frac{N}{1 + Ne^2}$$

Gambar 3. Rumus Slovin

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

E: Batas *error tolerance* (E= 0, 05)

$$n = \frac{1.196.396}{1 + 1.196.396 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.196.396}{2,991.99}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden. Kuesioner ini kepada responden di Kota Batam. Kuesioner ini bersifat tertutup di mana responden bisa memilih jawaban yang tersedia. Kuesioner ini diukur dengan menggunakan skala *Likert* 5 poin (dengan rentang 1 adalah sangat tidak setuju, 2 adalah tidak setuju, 3 adalah netral, 4 adalah setuju, 5 adalah sangat setuju). Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memproses dan menganalisis data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis kuantitatif di mana merupakan suatu bentuk analisis yang diperuntukkan bagi data yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori yang berwujud angka-angka (Jaya, I Made Laut Mertha, 2020). Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel (Sujarweni, 2022).

Uji Validitas adalah penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti yang sebenarnya yang diukur paling tidak yang dapat kita lakukan dalam menentukan validitas suatu instrument pengukuran adalah menghasilkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran (Shields & Rangarajan, 2013). Kualitas instrumen penelitian ditentukan oleh dua kriteria yaitu validitas dan realibilitas. Item pertanyaan dinyatakan valid jika memiliki signifikansi

factor 0,6 atau $\geq 0,6$. Uji Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam bentuk kuisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka reliabel (Sujarweni, 2022).

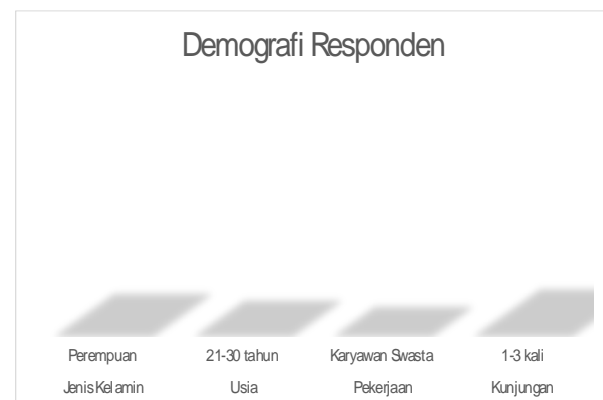
Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Jaya, I Made Laut Mertha, 2020). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan sampai dengan satu. Nilai *adjusted* R^2 yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Jaya, I Made Laut Mertha, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Dari 400 kuesioner yang telah dikumpulkan dan dilakukan pengujian. Data dikumpulkan melalui media sosial instagram, whatsapp grup, dan media komunikasi lainnya. Data dikumpulkan dengan cara mengunjungi dan menyebarkan link kuesioner dan melakukan publikasi pada insta story. Dari hasil pengujian didapatkan hasil bahwa perempuan lebih banyak mengisi responden dengan usia terbanyak 21-30 tahun dan karyawan swasta dikarenakan perempuan lebih senang untuk melakukan liburan dibandingkan laki-laki. Berdasarkan sumber (Team, 2020), (Alfri, 2016) yang melakukan perjalanan wisata ialah berusia 21-30 tahun hal ini disebabkan usia 21-30 tahun masih *single* atau sendiri sehingga belum memiliki tanggungan dan mempunyai keputusan atas dirinya sendiri, memiliki tabungan dan kesehatan yang baik

dan memiliki banyak waktu luang untuk berlibur ke Kota Bali. Menurut artikel (Anggakara, 2022) bekerja seharian penuh 7-8 jam membuat badan dan pikiran menjadi lelah sehingga kinerja karyawan tidak maksimal, sehingga diperlukan liburan untuk menghibur diri. Sebanyak 246 responden yang berkunjung ke Pulau Bali sebanyak 1-3 kali. Hal ini menunjukkan rata-rata setiap penduduk muslim di Kota Batam yang mengunjungi Kota Bali sebanyak 1-3 kali menurut artikel (Hapsari, 2019) Pulau Bali bukan hanya memiliki pantai, tetapi juga memiliki keindahan alam seperti persawahan, danau, air terjun, dataran tinggi, dan *sunset*. Bali juga memiliki udara yang sejuk. Selain itu berdasarkan sumber (Kemenparekraf, 2022), tidak hanya karena keindahannya alamnya, tapi Bali juga berada di baris terdepan dalam transformasi pariwisata di Indonesia.



Gambar 4. Demografi Responden

Dari hasil pengolahan data uji validitas dan reliabilitas dinyatakan seluruh data valid dan reliabel maka tidak dilakukan penghapusan data sehingga seluruh data akan diikutsertakan untuk pengolahan data selanjutnya.

Tabel 1. Uji t

Variable	<i>t</i>	<i>Sig</i>	Kesimpulan
Religiusitas - Risiko Halal	9.80	.00	Signifikan
Religiusitas - Sikap Terhadap Kota Non Islam	13.62	.00	Signifikan

Risiko Halal - Niat Berpergian	9.32	.00	Signifikan
Sikap Terhadap Kota Non Islam - Niat Berpergian	14.18	.00	Signifikan

a. Dependent Variable: Risiko_Halal
Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara identifikasi religiusitas dan risiko halal. Hasil uji regresi menerangkan bahwa semakin positif nilai religiusitas seseorang maka semakin tinggi juga risiko halal yang dirasakan di Pulau Bali. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Hendar, 2019) dan (Olya, 2018) dan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Aji, Muslichah, & Seftyono, 2020). Hasil ini dapat signifikan dikarenakan hampir kebanyakan responden setuju bahwa agama mempengaruhi kehidupan responden dan mengerti mengenai konsep halal berdasarkan ajaran agama dan merasa bisa memenuhi kebutuhan halal seperti tempat ibadah, makanan halal saat berada di Pulau Bali. Hasil pengujian lainnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara identifikasi religiusitas dan sikap terhadap kota non-islam. Hasil uji menerangkan bahwa semakin positif nilai religiusitas seseorang maka semakin tinggi juga sikap yang dihasilkan terhadap kota non-islam. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Berto Mulia Wibawa, 2022), (Lenggoeni, 2020), (Hamira Zamani-Farahani, 2012), (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020). Dari hasil ini responden merasa berpergian ke Pulau Bali itu menyenangkan dan masyarakat non-islam di Pulau Bali memberikan sikap yang ramah terhadap pengunjung atau wisatawan muslim di Pulau Bali. Hasil uji nilai risiko halal terhadap sikap kepada kota non-islam yakni signifikan dan hasil penelitian ini sejalan dengan (Berto Mulia Wibawa, 2022), (Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, 2020) dan (Mohammad Jamal Khan, 2019). Responden memiliki kekhawatiran akan produk halal di Pulau

Bali, responden memahami konsep halal dan merasa nyaman saat berpergian ke Pulau Bali karena masyarakatnya yang ramah terhadap wisatawan muslim hal ini menandakan bahwa responden memiliki niat untuk berpergian ke Pulau Bali di masa depan jika ada kesempatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini adalah terdapatnya pengaruh religiusitas, sikap terhadap kota non-muslim dan risiko halal terhadap niat berpergian wisatawan ke Pulau Bali. Dari hasil penelitian seluruh variabel ditemukan memiliki pengaruh terhadap niat berpergian masyarakat muslim Kota Batam mengunjungi Pulau Bali.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dari hasil pengujian lainnya bersumber pada uji koefisien determinasi terdapat variabel lainnya yang memengaruhi niat berpergian dan tidak terdapat dalam penelitian ini yaitu sebesar 51,2%. Variabel tersebut seperti motivasi melakukan perjalanan (Evan J. Jordan, 2017), (Viet Hoang Nguyen, 2021), (Mohsin, 2017), (Ying-Chan Liu, 2018). Persepsi risiko untuk melakukan perjalanan (Ahmad Shukri Yazid, 2018), *e-wom* (Chun Pei Chu, 2018), (Hanandeh Ahmad, 2019), citra destinasi (Sung Hee Park, 2016), (Elvin Alvandi, 2020). Selain itu, penulis merekomendasi agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan, model, dan sampel yang berbeda yang juga memiliki pengaruh terhadap keinginan berkunjung seperti penelitian yang diteliti oleh (Tuan Mansor & Ngah, 2018); (Verma & Chandra, 2018) dan (Leung, 2019). Bagi pemilik bisnis yang berada pada kota yang bukan mayoritas muslim juga dapat mengurus surat izin/sertifikasi halal agar menarik wisatawan muslim ke kota tersebut, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Kewajiban ini diatur lebih

lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang menetapkan penahapan penerapannya. Tahap pertama kewajiban sertifikat halal ini akan berakhir pada 17 Oktober 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Putri Dwiandini, A. R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intention to Visit Perkampungan Suku Baduy selama Pandemi*.
- Adel M Ahmad, X. D. (2020). Muslims' travel decision-making to non-Islamic destinations: perspectives from informationseeking models and theory of. *Emerald*, 7.
- Ahmad Shukri Yazid, M. Y. (2018). A Mediating Effect of Risk Perception on Factors Influencing Tourist Intention to Travel: A Conceptual Framework.
- Ahmed M. Adel, X. D. (2020). *Muslims' travel decision-making to non-Islamic destinations: perspectives from information seeking models and theory of planned behavior*.
- Ahmed M. AdelXin Dai, X. D. (2020). *Muslims' travel decision-making to non-Islamic destinations: perspectives from informationseeking models and theory of*.
- Aji, H. M., Muslichah, I., & Seftyono, C. (2020). The determinants of Muslim travellers intention to visit non islamic countries : a halal tourism implication. *Journal of Islamic Marketing*. doi:10.1108/JIMA-03-2020-0075
- Alfri. (2016, Jan 30). *Travellingyuk.com*. Diambil kembali dari <https://travelingyuk.com/umur-20-saatnya-traveling/10971/>
- Ali Hassani, S. M. (2019). *Muslims' travel motivations and travel preferences, The impact of motivational factors on islamic service, hedonic and product preferences*.
- Ali, A. A. (2017). Factors affecting Halal meat purchase intention – evidence from international Muslim students in China. *Emerald*, 6.
- Amin, H., Rahman, A. R., Razak, D. A., & Rizal, H. (2017). Consumer Attitude and Preference in the Islamic Mortgage Sector : a Study of Malaysian. *Management Research Review*, 95-115.
- Anggakara, M. (2022, November 10). *Pengelolaan karyawan untuk hindari lelah kerja*. Diambil kembali dari <https://www.linovhr.com/fatigue-management/>
- Annur, C. M. (2022, Juni 15). *Sebaran Umat Islam di Skala Global (2022)*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/15/ada-2-miliar-umat-islam-di-dunia-mayoritasnya-di-asia>
- Annur, C. M. (2023, Januari 31). *Databoks*. Diambil kembali dari DataBoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/indonesia-mendominasi-jumlah-penduduk-di-asia-tenggara-berapa-besarnya#:~:text=Berikut%20jumlah%20penduduk%20negara%20di,Filipina%3A%20109%2C58%20juta%20jiwa>
- Ashari, S. &. (2005).
- Audina, W. S. (2022, Juli 07). Diambil kembali dari <https://www.dqlab.id/contoh-teknik->

- analisis-data-kuantitatif-pemula-wajib-tahu#:~:text=Teknik%20analisis%20data%20pada%20penelitian,dan%20melakukan%20perhitungan%20uji%20hipotesis.
- Bali, B. (2022, Februari 03). *Kunjungan Wisatawan domestik ke Bali per bulan, 2004-2021*. Diambil kembali dari <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/29/banyaknya-wisatawan-domestik-bulanan-ke-bali-2004-2021.html>
- Basalamah. (2020, 10 23). Diambil kembali dari <https://salsabilabasalamah.medium.com/cara-mengidentifikasi-dan-penanganan-data-outlier-d2fe16c6d62c>
- Berto Mulia Wibawa, R. R. (2022). Intention To Visit Religious Destination: Subjective Norms, Religiosity And Attitude. *Journal of Halal Research, Policy and Industry*, 5.
- BPS. (2020). Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Kota Batam: <https://batamkota.bps.go.id/indicator/12/66/1/penduduk-kota-batam-hasil-sensus-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>
- Chun Pei Chu. (2018). The Influence Of Social Media Use And Travel Motivation On The.
- Chung, C. K. (2016). *A structural model for destination travel intention as a media exposure: belief-desire-intention model*.
- Clecio Falcão Araujo, W. J. (2016). Domain-specicf innovatiness: a meta-analysis in business and consume.
- CNN. (2021, Agustus 25). *7 Tempat Wisata di Indonesia yang Paling Sering Dikunjungi*. Diambil kembali dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210730104224-275-674188/7-tempat-wisata-di-indonesia-yang-paling-sering-dikunjungi/3>
- Databoks. (2021, Oktober 15). Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/15/pemeluk-agama-hindu-bali-terbanyak-di-indonesia-pada-juni-2021#:~:text=Bali%20menjadi%20provinsi%20dengan%20penduduk,juta%20jiwa%20pada%20Juni%202021.>
- Databoks. (2022, June 15). *Katadata Media Network*. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/search/cse?search=umat+islam+2022>
- Derinta Entas, N. W. (2022). *Analysis of the Urban Millennial Travelers' Intention*.
- Dwi Suhartanto, D. D. (2020). Does religiosity matter for customer loyalty? Evidence from halal cosmetics. *Emerald*.
- Editor. (2019, Februari 27). *Bali authority rejects halal tourism in Bali*. Diambil kembali dari Seminyak Times: <https://seminyaktimes.com/bali-authority-rejects-halal-tourism-in-bali/>
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2014). Muslim Tourist Perceived Value in the Hospitality and Tourism Industry. *Jor=urnal of Travel Research*, 1-14.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Elsevier*.

- Elistia. (2020). *Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid19*.
- Elvin Alvandi, D. a. (2020). Travel Intention.
- Evan J. Jordan, B. B. (2017). Predictors of Intention to Travel to Cuba across Three Time Horizons: An Application of the Theory of Planned Behavior.
- Fahmi, I. (2016). Dalam T. d. Kuantitatif. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Depok.
- Fauzan, R. (2022, Mei 29). *Ranking Indeks Pariwisata Indonesia Naik, Nomor 8 di Asia Pasifik*. Diambil kembali dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220529/9/1537962/ranking-indeks-pariwisata-indonesia-naik-nomor-8-di-asia-pasifik>
- Gde Indra Bhaskara, S. M. (2017). Media Sosial dan Industri Pariwisata di Bali.
- Goldsmith, R. E. (2001). *Using the Domain Specific Innovativeness Scale to identify innovative Internet consumers*.
- Goldstein, M. (2022, Dec 8). *Forbes*. Diambil kembali dari <https://www.forbes.com/sites/michaelgoldstein/2022/12/08/why-do-women-like-to-travel-more-than-men/?sh=3d135007339b>
- Hadjar, I. (1996). *Metodologi Penelitian*. 2022: PT Pustaka Baru.
- Hamdan, M. H. (2020). Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions. *Emerald*, 14.
- Hamira Zamani-Farahani, G. M. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions. *Elsevier*.
- Hanandeh Ahmad, A. G. (2019). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On.
- Hapsari, N. A. (2019, September 21). *IDN Times*. Diambil kembali dari <https://www.idntimes.com/travel/destination/ninda-ayu-hapsari/5-alasan-mengapa-berlibur-ke-bali-gak-pernah-membosankan-c1c2#:~:text=Pemandangan%20alam%20yang%20menakjubkan%20gak%20perlu%20diragukan&text=Janagan%20salah%2C%20Bali%20bukan%20hanya,semua%20bis>
- Hayana, E. (2022, Mei 21). *Pengaruh Media Sosial Bagi Tempat Wisata di Bali*. Diambil kembali dari <https://www.kompasiana.com/b1ndw99d/62885b17c01a4c303c45da82/pengaruh-media-sosial-bagi-tempat-wisata-di-bali>
- Hendar, T. N. (2019). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention Role of halal product awareness. *Emerald*.
- Hendy Mustiko Aji and Istyakara Muslichah, C. S. (2020). The determinants of Muslim travellers intention to visit non-Islamic countries : a halal tourism implication.
- Huda, F. A. (2017, Juli 31). Diambil kembali dari Pengertian Rancangan Penelitian dan Penelitian Kuantitatif: <https://fatkhan.web.id/pengertian-rancangan-penelitian-dan-penelitian-kuantitatif/>
- Indonesia, K. B. (2001). *Metodologi Penelitian*.

- Istijanto. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teoritik dan Praktik*.
- Jaya, I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Kemenag. (2020, Juni 11). *Kementerian Agama Republik Indonesia*. Diambil kembali dari <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>
- Kemenkraf, B. (2021, Agustus 14). *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Diambil kembali dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>
- Kemenparekraf. (2022, September 27). Diambil kembali dari Siaran Pers: Menparekraf: Bali Jadi Tempat Terbaik untuk Perayaan Hari Pariwisata Dunia 2022
- Kemenparekraf. (2023, Januari 24). Diambil kembali dari <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/siaran-pers-bali-masuk-10-destinasi-terpopuler-dunia-versi-tripadvisor-ungguli-london-dan-paris>
- Kepmendikbud. (1999). *Metodologi Penelitian*.
- Lam, J. M. (2020). *Travel Anxiety, Risk Attitude and Travel Intentions towards "Travel Bubble" Destinations in Hong Kong: Effect of the Fear of COVID-19*.
- Lenggoeni, A. R. (2020). Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Wisata Halal Sumatera Barat Dari Perspektif Industri Kuliner Dan Pengaruh Nya Terhadap Intention To Visit. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21.
- Lestari, P. (2019, Oktober 02). *Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Diambil kembali dari <https://lestarimoerdijat.com/pustakal-estari/read/2019/10/02/701/Dampak-Pariwisata-Terhadap-Perekonomian-Indonesia>
- M. Reza Sulaiman, F. R. (2022, Oktober 21). *Suara.com*. Diambil kembali dari <https://www.suara.com/lifestyle/2022/10/21/040000/anak-muda-di-bawah-30-tahun-paling-sering-staycation-fasilitas-apa-yang-paling-sering-dicari>
- Mardiastuti, A. (2019, Februari 26). *Detiknews*. Diambil kembali dari <https://news.detik.com/berita/d-4444233/gubernur-koster-tolak-tegas-ide-wisata-halal-di-bali-ala-sandi>
- Mastercard-CrescentRating. (2022). *GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX 2022*. 14.
- Mehkar Sherwani and Afzaal Ali, A. A. (2018). Determinants of halal meat consumption in Germany. *Emerald*, 3.
- Meiryani, S. A. (2021, Agustus 6). Diambil kembali dari [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-asumsi-klasik-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Uji%20asumsi%20klasik%20adalah%20persyaratan,ordinary%20least%20square%20\(OLS\)](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-asumsi-klasik-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Uji%20asumsi%20klasik%20adalah%20persyaratan,ordinary%20least%20square%20(OLS))
- Meiryani, S. A. (2021, Aug 12). Diambil kembali dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20F%20bertujuan%20untuk%20mencari,bersama%20>

- 2Dsama%20terhadap%20variabel%20terikat.
- Meiryani, S. A. (2021, Agustus 12). Diambil kembali dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Moghavvemi, S., & Hassani, A. (2019). Muslims' travel motivations and. *Emerald*, 3.
- Mohamed Battour, M. N. (2014). *The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism*.
- Mohammad Jamal Khan, S. C. (2019). Perceived risks, travel constraints and visit intention of young women travelers: the. *Emerald*, 9.
- Mohd Hafiz Hanafiah, N. A. (2020). *Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions*.
- Mohsin, A. a. (2017). Does travel interest mediate between motives and intention to travel? A case of young Asian.
- Muhammad Nursyamsi, N. Z. (2019, November 16). *Pariwisata Jadi Pendorong Industri Halal Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.republika.co.id/berita/q110qi383/pariwisata-jadi-pendorong-industri-halal-indonesia>
- Mulyono, S. M. (2019, Dec 2). Diambil kembali dari <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Nurhayat, W. (2020, May 18). *HR, Ini Panduan Lengkap UU Ketenagakerjaan Terbaru Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.talenta.co/blog/administrasi-hr/penting-bagi-hr-ini-panduan-lengkap-uu-ketenagakerjaan-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20Undang%20Undang%20Ketenagakerjaan%20terbaru%20pada%20Pasal%2079,berturut-turut%20berhak%20untuk%20mendapatkan%20cuti%20seku>
- Olya, H. &.-a. (2018). *Risk Assessment of Halal Products and Services: Implication for Tourism Industry*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal
- Ramadhona Saville, A. M. (2021). *Assessing Muslim travellers' preferences regarding food in Japan using*.
- Riza, A. (2020, Desember 27). *Detik Travel*. Diambil kembali dari <https://travel.detik.com/detiktravel-non-api/d-5311038/sandiaga-uno-ke-bali-juga-mau-bahas-wisata-halal>
- Sabrina, R. (2020, Agustus 14). Diambil kembali dari <https://www.idntimes.com/life/career/ruhil-anadiah-sabrina-1/manfaat-liburan-untuk-karier-kerja-c1c2?page=all>
- Sean M. Hennessey, D. Y. (2016). *Determinants of Travel Intentions to a eighboring Destination*.
- Sevilla. (2014).
- Shields, & Rangarajan. (2013). *Teori dan Teknik Keputusan Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2022). *metodologi penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sung Hee Park, C.-M. H.-K. (2016). Testing Destination Image and the Mediating Role of Travel Constraints.

- Susanto, S. (2010). *Statistik Parametrik*. Elex Media Komputindo.
- Team, T. (2020, Jan 25). *Wanita Lebih Suka Traveling Ketimbang Pria*. Diambil kembali dari <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/wanita-lebih-suka-traveling-ketimbang-pria/19271>
- Travel & Tourism Development Index. (2022). Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. *World Economic Forum*, 13.
- TripAdvisor. (2023). *Restoran Halal di Bali*. Diambil kembali dari <https://www.tripadvisor.co.id/Restaurants-g294226-zfz10751-Bali.html>
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- Utama, I. G. (2016). Teknik Sampling dan Penentuan Jumlah sampel. *ResearchGate*, 20. Diambil kembali dari <https://www.gramedia.com/literasi/rumus-slovin/>
- Viet Hoang Nguyen, T. X. (2021). Travel Intention to Visit Tourism Destinations: A Perspective of Generation Z in Vietnam.
- Wahyuni, N. (2014, November 1). Diambil kembali dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.>
- Wahyuni, N. (2014, November 1). Diambil kembali dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.>
- Wijaya. (2009). *Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*.
- Wikipedia. (2023, Februari 11). Diambil kembali dari Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Batam#:~:text=8%25%20per%20tahun.-,Agama,penganut%20sebanyak%2071%2C96%25.
- Ying-Chan Liu, I.-J. L.-Y. (2018). What Makes Muslim Friendly Tourism? An Empirical Study on Destination Image, Tourist Attitude and Travel Intention.
- Yuniar, N. (2018, Agustus 25). *Benarkah orang Asia lebih banyak berlibur bersama keluarga?* Diambil kembali dari <https://kalteng.antaranews.com/berita/286089/benarkah-orang-asia-lebih-banyak-berlibur-bersama-keluarga-simak-ulasannya>
- Ze'ev Shtudiner*, G. K. (2018). How religiosity affects the attitudes of communities towards tourism in a. *Elsevier*, 177.