

**EKSPLORASI DETERMINAN INTENSI BERWISATA PADA  
PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI YOGYAKARTA: PENDEKATAN  
*MAQĀṢID SYARĪ'AH***



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**WAHYU WIBOWO  
NIM: 23208011043**

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
2025**

**EKSPLORASI DETERMINAN INTENSI BERWISATA PADA  
PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI YOGYAKARTA: PENDEKATAN  
*MAQĀṢID SYARĪ'AH***



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**WAHYU WIBOWO**  
**NIM: 23208011043**

**PEMBIMBING:**

**Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.**

**MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-762/Un.02/DEB/PP-00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : EKSPLORASI DETERMINAN INTENSI BERWISATA PADA PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI YOGYAKARTA: PENDEKATAN MAQASHID SYARIAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WAHYU WIBOWO, S.Pd., M.Pd., M.E., AWP.  
Nomor Induk Mahasiswa : 23208011043  
Telah dinjikan pada : Jumat, 11 April 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Siti Nur Azizah, S.E., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 6036a25a4b6c



Penguji I

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 60183a7f6d1



Penguji II

Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 601a80a45a6c



Yogyakarta, 11 April 2025

UTN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Mismen Ardiannyah, S.E., M.Sc., Ak., CA., ACPA.  
SIGNED

Valid ID: 6043136047960c

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Wahyu Wibowo

Kepada:

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di- Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Wahyu Wibowo

NIM : 23208011043

Judul Tesis : Eksplorasi Determinan Intensi Berwisata pada Pariwisata Ramah Muslim di Yogyakarta: Pendekatan Maqashid Syariah

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 18 Maret 2025

Pembimbing,



**Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.**  
NIP: 19910919 201503 2 008

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Wibowo

NIM : 23208011043

Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul **“Eksplorasi Determinan Intensi Berwisata pada Pariwisata Ramah Muslim di Yogyakarta: Pendekatan Maqashid Syariah”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 18 Maret 2025

Penyusun,



Wahyu Wibowo

NIM: 23208011037

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang beranda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Wibowo  
NIM : 23208011043  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-ekclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

**“Eksplorasi Determinan Intensi Berwisata pada Pariwisata Ramah Muslim  
di Yogyakarta: Pendekatan *Maqāṣid Al-Syari’ah*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 18 Maret 2025



Wahyu Wibowo

NIM: 23208011037

## **HALAMAN MOTTO**

“Berani mengawali, berani menjalani, dan berani mengakhiri”

“Membahagiakan orang tua adalah bakti, mencintai istri adalah janji suci”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur, tesis ini kupersembahkan kepada:

1. Allah yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Ayah dan Ibu tercinta, atas doa, kasih sayang, dan segala pengorbanan yang tiada henti.
3. Istri dan anak-anakku tercinta, Hafidzah dan Azzam, yang selalu memberikan dukungan dan kesabaran dalam setiap langkah perjuangan ini.
4. Para pembimbing dan dosen, atas bimbingan penuh kesabaran dan ilmu yang sangat berharga.
5. Sahabat dan rekan seperjuangan, yang selalu menjadi penyemangat dalam perjalanan akademik ini.
6. Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah menjadi ruang tumbuh dan belajar selama 1,8 tahun ini.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan menjadi langkah awal untuk perjalanan ilmu yang lebih luas.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Keterangan                |
|------------|------|--------------------|---------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan        |
| ب          | Bā   | B                  | Be                        |
| ت          | Tā   | T                  | Te                        |
| ث          | Sā   | Ś                  | Es (dengan titik diatas)  |
| ج          | Jīm  | J                  | Je                        |
| ح          | Hā'  | Ḥ                  | Ha (dengan titik dibawah) |
| خ          | Khā  | Kh                 | Ka dan ha                 |
| د          | Dāl  | D                  | De                        |
| ذ          | Ẓāl  | Ẓ                  | Zet (dengan titik diatas) |
| ر          | Rā'  | R                  | Er                        |
| ز          | Zāi  | Z                  | Zet                       |
| س          | Sīn  | S                  | Es                        |

|   |        |    |                            |
|---|--------|----|----------------------------|
| ش | Syīn   | Sy | Es dan ye                  |
| ص | Ṣād    | Sh | Es (dengan titik dibawah)  |
| ض | Ḍād    | Dh | De (dengan titik dibawah)  |
| ط | Ṭā'    | Th | Te (dengan titik dibawah)  |
| ظ | Zā'    | Zh | Zet (dengan titik dibawah) |
| ع | ‘Ain   | ‘  | Koma terbalik diatas       |
| غ | Gain   | Gh | Ge                         |
| ف | Fā'    | F  | Ef                         |
| ق | Qāf    | Q  | Qi                         |
| ك | Kāf    | K  | Ka                         |
| ل | Lām    | L  | El                         |
| م | Mīm    | M  | Em                         |
| ن | Nūn    | N  | En                         |
| و | Wāwu   | W  | W                          |
| ه | Hā'    | H  | H                          |
| ء | Hamzah | ‘  | Apostrof                   |
| ي | Yā'    | Y  | Ye                         |

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

|        |         |                     |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | Ditulis | <i>Muta'addidah</i> |
| عذة    | Ditulis | <i>'iddah</i>       |

### C. Ta' Marbutah

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

|                |         |                        |
|----------------|---------|------------------------|
| حكمة           | Ditulis | <i>Hikmah</i>          |
| علة            | Ditulis | <i>'illah</i>          |
| كرامة الأولياء | Ditulis | <i>Karamā al-aulyā</i> |

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

|           |        |         |                |
|-----------|--------|---------|----------------|
| --- َ --- | Fathah | Ditulis | A              |
| --- ِ --- | Kasrah | Ditulis | I              |
| --- ُ --- | Dammah | Ditulis | U              |
| فعل       | Fathah | Ditulis | <i>Fa'ala</i>  |
| ذكر       | Kasrah | Ditulis | <i>Zukira</i>  |
| بيذه      | Dammah | Ditulis | <i>Yazhabu</i> |

### E. Vokal Panjang

|                   |         |            |
|-------------------|---------|------------|
| Fathah + alif     | Ditulis | A          |
| ةيلهاج            | Ditulis | Jahiliyyah |
| Fathah + ya' mati | Ditulis | A          |

|                     |         |       |
|---------------------|---------|-------|
| تنسى                | Ditulis | Tansa |
| Kasrah + yā'mati    | Ditulis | I     |
| كریم                | Ditulis | Karim |
| Dhammah + wāwu mati | Ditulis | U     |
| فروض                | Ditulis | Furud |

#### F. Vokal Rangkap

|                    |         |                 |
|--------------------|---------|-----------------|
| Fathah + yā'mati   | Ditulis | <i>Ai</i>       |
| بينكم              | Ditulis | <i>Bainakum</i> |
| Fathah + wāwu mati | Ditulis | <i>Au</i>       |
| قول                | Ditulis | <i>Qaul</i>     |

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

|                 |         |                 |
|-----------------|---------|-----------------|
| أَنْتُمْ        | Ditulis | A'antum         |
| تَدْعَا         | Ditulis | U'iddat         |
| شَكَرْتُمْ لَنْ | Ditulis | La'in syakartum |

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

|           |         |                  |
|-----------|---------|------------------|
| الْقُرْآن | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
|-----------|---------|------------------|

|        |         |                 |
|--------|---------|-----------------|
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyās</i> |
|--------|---------|-----------------|

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *syamsiyyah* tersebut

|         |         |           |
|---------|---------|-----------|
| ءامسّلا | Ditulis | As-samā   |
| سمسّلا  | Ditulis | Asy-syams |

#### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

|            |         |               |
|------------|---------|---------------|
| الفروض ذوى | Ditulis | Zawī al-furud |
| ةنّسلا     | Ditulis | Ahl as-sunnah |

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam, atas rahmat, cinta, kasih sayang, dan karunia-Nya yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahlimpahkan kepada Nabi Muhammad, suri teladan bagi seluruh umat manusia, yang telah membawa cahaya kebenaran dan petunjuk kehidupan.

Tesis ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses menyelesaikan tesis ini merupakan perjalanan yang penuh tantangan, mulai dari pencarian topik penelitian, penyusunan proposal, seminar penelitian, hingga akhirnya mendapatkan bimbingan dan menyelesaikan karya tulis ini. Alhamdulillah, dengan izin Allah dan dukungan banyak pihak, tesis ini dapat diselesaikan.

Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik selama saya menjadi mahasiswa di Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing tesis ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta yang telah memberikan wawasan kepada penulis.
7. Seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
8. Ayah, Ibu dan istri tercinta, semoga Allah senantiasa mengampuni dan merahmati mereka.
9. Semua teman dan sahabat yang telah banyak membantu penulis, serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan menjadi amal shalih yang bernilai pahala di sisi Allah. Penulis juga berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapannya dalam kehidupan.

Yogyakarta, 18 Maret 2025

Wahyu Wibowo  
NIM: 23208011037

## DAFTAR ISI

|                                                                      |              |
|----------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                       | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN TESIS .....</b>                               | <b>iii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                               | <b>iv</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....</b> | <b>v</b>     |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>                                           | <b>vi</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>                                     | <b>vii</b>   |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>                                   | <b>viii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                           | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                               | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                            | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                            | <b>xviii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                 | <b>xix</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                | <b>xx</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                        | <b>1</b>     |
| A.Latar Belakang .....                                               | 1            |
| B.Rumusan Masalah .....                                              | 9            |
| C.Tujuan Penelitian .....                                            | 10           |
| D.Manfaat Hasil Penelitian .....                                     | 11           |
| E.Desain Penulisan .....                                             | 11           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....</b>                | <b>13</b>    |
| A.Landasan Teori.....                                                | 13           |
| B.Kajian Pustaka.....                                                | 26           |
| C.Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....                    | 32           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                               | <b>58</b>    |
| A.Desain Penelitian.....                                             | 58           |
| B.Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                  | 59           |
| C.Variabel Dan Definisi Operasionalisasi Variabel .....              | 60           |

|                                                   |            |
|---------------------------------------------------|------------|
| D.Pengumpulan Data .....                          | 63         |
| E.Populasi dan Sampel Penelitian .....            | 64         |
| F. Teknik Analisis Data.....                      | 66         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>          | <b>73</b>  |
| A.Gambaran Umum Objek dan Sampel Penelitian ..... | 73         |
| B.Analisis Deskriptif .....                       | 77         |
| C.Analisis Deskriptif Data.....                   | 87         |
| D.Analisis Deskriptif Data.....                   | 106        |
| E.Uji Asumsi Klasik.....                          | 112        |
| F. Analisis Regresi Linear Berganda.....          | 117        |
| G.Pembahasan.....                                 | 127        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                         | <b>150</b> |
| A.Kesimpulan .....                                | 150        |
| B.Keterbatasan dan Rekomendasi .....              | 152        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                        | <b>153</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                    | <b>172</b> |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu Berdasarkan Variabel.....               | 30  |
| Tabel 2.2. Kerangka Teori Berbasis <i>Maqāṣid al-Syari'ah</i> .....               | 47  |
| Tabel 3.1. Daftar Nama dan Simbol Variabel.....                                   | 61  |
| Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....                                                   | 63  |
| Tabel 4.1 Skala Penilaian Deskriptif.....                                         | 87  |
| Tabel 4.2 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Intensi .....                       | 88  |
| Tabel 4.3 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Pengalaman Religius .....           | 91  |
| Tabel 4.4 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pengunjung .....           | 94  |
| Tabel 4.5 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan .....            | 97  |
| Tabel 4.6 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Citra Destinasi .....               | 100 |
| Tabel 4.7 Distribusi Hasil Kuesioner Variabel Keterjangkauan Harga .....          | 103 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....                                                | 106 |
| Tabel 4.9. Uji Reliabilitas Variabel Intensi Berwisata.....                       | 108 |
| Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Pengalaman Religius.....                    | 109 |
| Tabel 4.11. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengunjung.....                    | 109 |
| Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....                     | 110 |
| Tabel 4.13. Uji Reliabilitas Variabel Citra Destinasi.....                        | 111 |
| Tabel 4.14. Uji Reliabilitas Variabel Keterjangkauan Harga .....                  | 111 |
| Tabel 4.15. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....               | 112 |
| Tabel 4.16. Uji Multikolinieritas.....                                            | 113 |
| Tabel 4.17. Uji White.....                                                        | 115 |
| Tabel 4.18. Koefisien Regresi Linier Berganda.....                                | 117 |
| Tabel 4.19. Hasil uji determinasi .....                                           | 120 |
| Tabel 4.20. Hasil Uji F.....                                                      | 122 |
| Tabel 4.21. Hasil Uji t.....                                                      | 123 |
| Tabel 4.22. Ringkasan Hasil dan Hubungannya dengan <i>Maqāṣid al-Syari'ah</i> ... | 126 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1. Konstruk variabel penelitian dari prinsip-prinsip <i>Maqāṣid al-Syari'ah</i> ..... | 41  |
| Gambar 2.2. Kerangka Konseptual .....                                                          | 57  |
| Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                | 79  |
| Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....                                | 80  |
| Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pulau Asal .....                                   | 81  |
| Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                           | 82  |
| Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....                             | 83  |
| Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....                               | 84  |
| Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....                           | 85  |
| Gambar 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pilihan Destinasi Wisata .....                     | 86  |
| Gambar 4.9. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                    | 114 |



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim di Yogyakarta dengan pendekatan maqashid syariah. Lima variabel independen yang dianalisis meliputi pengalaman religius, kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan keterjangkauan harga, dengan intensi berwisata sebagai variabel dependen yang merupakan konstruk dari prinsip-prinsip maqashid syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner G-Form yang disebarakan kepada 300 responden yang memiliki pengalaman berwisata di destinasi ramah Muslim di Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwisata. Sedangkan secara parsial, pengalaman religius, kualitas pelayanan, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwisata. Sebaliknya, kepuasan pengunjung memiliki pengaruh negatif yang signifikan, sedangkan keterjangkauan harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan Muslim lebih mempertimbangkan aspek religius, kualitas pelayanan, dan citra destinasi dibandingkan dengan faktor harga dalam menentukan tujuan wisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata ramah Muslim perlu menekankan peningkatan pengalaman religius, penyediaan layanan berkualitas, serta strategi branding destinasi guna memperkuat daya tarik wisata berbasis maqashid syariah.

**Kata Kunci:** *Pariwisata Ramah Muslim, Intensi Berwisata, Maqashid Syariah, Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to explore the factors that influence travel intention in Muslim-friendly tourism in Yogyakarta with the maqashid sharia approach. The five independent variables analyzed include religious experience, visitor satisfaction, service quality, destination image, and affordability, with travel intention as the dependent variable which is a construct of the principles of maqashid sharia. The research method used is quantitative with multiple linear regression analysis techniques. Data were collected through the G-Form questionnaire distributed to 300 respondents who have experience traveling to Muslim-friendly destinations in Yogyakarta. The results of the analysis show that simultaneously, all independent variables have a significant influence on travel intention. While partially, religious experience, service quality, and destination image have a positive and significant effect on travel intention. Conversely, visitor satisfaction has a significant negative effect, while affordability does not show a significant effect. These findings indicate that Muslim tourists consider religious aspects, service quality, and destination image more than price factors in determining tourist destinations. Therefore, managers of Muslim-friendly tourist destinations need to emphasize increasing religious experiences, providing quality services, and destination branding strategies to strengthen the appeal of tourism based on maqashid sharia.*

**Keywords:** *Muslim-friendly Tourism, Travel Intention, Maqashid Sharia, Destination Image, Service Quality.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

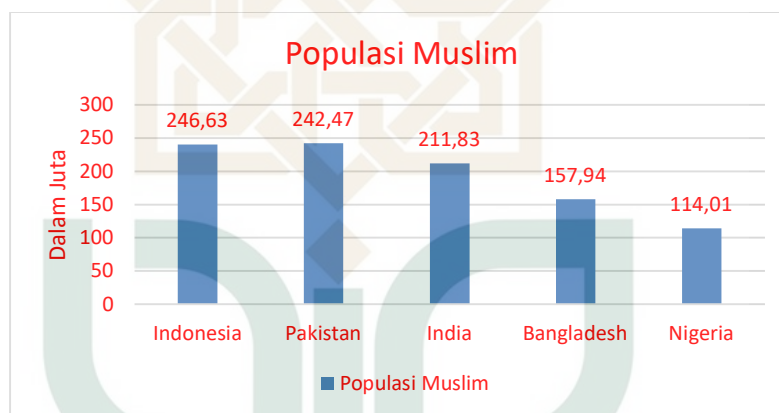
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata menjadi salah satu prioritas utama dalam pengembangan ekonomi, budaya, dan infrastruktur di Indonesia. Wirausaha di sektor pariwisata dikenal sebagai salah satu cara paling efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing suatu negara (Nawi et al., 2019). Pada tahun 2024 peringkat pariwisata Indonesia mengalami lonjakan dengan berada di urutan 22 setelah sebelumnya menempati posisi 36 dari 119 negara (*World Economic Forum*, 2024). Badan Pusat Statistik (2023) melaporkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada akhir 2023 mencapai 11,68 juta, meningkat 98,30% dari tahun 2022 yang berjumlah 5,9 juta. Pada Februari 2024, kunjungan ke Indonesia mencapai 1,04 juta, naik 11,67% dari Januari 2024 atau naik 38,24% pada Februari 2023 (Badan Pusat Statistik, 2024).

Berdasarkan hasil kajian *Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2024, Indonesia menempati peringkat pertama bersama Malaysia sebagai destinasi pariwisata halal terpopuler dari 145 negara, dengan indikator aksesibilitas (*accessibility*), komunikasi (*communication*), lingkungan (*environment*), dan layanan (*service*). Transformasi menuju industri pariwisata ramah Muslim ini membutuhkan upaya besar dari berbagai pihak. Bahkan dalam KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) tahun 2023 pada

kerangka *master plan* industri halal di Indonesia 2023-2029, pariwisata ramah Muslim menjadi salah satu fondasi pada industri berkembang. Apalagi mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam (Asmara & Azhar, 2024), menjadikan pariwisata ramah Muslim sebagai sektor yang strategis. *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) mencatat tahun 2024 Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dengan 246,63 juta jiwa atau setara 87% dari jumlah penduduk Indonesia total berkisar 283,48 juta jiwa (RISSC, 2024).



Gambar 1. Populasi Muslim Terbanyak Tahun 2024

Sumber: RISSC, data diolah

Kondisi ini membuka peluang besar untuk pengembangan sektor ‘*Muslim-friendly tourism*’ di Indonesia sebagai alternatif konsep wisata yang menjanjikan masa kini (Musa et al., 2021; Santoso et al., 2022; Wibowo, 2020; Afandi, 2020). Selain itu, pengembangan pariwisata ramah Muslim dapat mendorong pemerataan ekonomi di Indonesia, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Maulana et al. (2024) menyebutkan pariwisata ramah Muslim bukan sekadar peluang ekonomi, tetapi juga investasi

bagi kesejahteraan umat di masa depan. Selain itu, penyelenggara layanan pariwisata di seluruh dunia terus berupaya memenuhi kebutuhan pariwisata ramah Muslim (Rahman et al., 2021) dengan mengembangkan berbagai objek wisata yang berkaitan dengan Islam (Usman et al., 2019). Apalagi popularitas pariwisata ramah Muslim meningkat di kalangan wisatawan, yang tidak hanya umat Islam (Timur et al., 2023). Karena bagi para wisatawan persepsi citra destinasi, kualitas perjalanan, pelayanan, makanan, fasilitas atau penginapan, dan keamanan menjadi faktor penting dalam kepuasan dan nilai perjalanan terhadap destinasi pariwisata ramah Muslim.

Dalam *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) 2023, pemerintah Indonesia menetapkan 15 provinsi tujuan wisata halal teratas, termasuk Yogyakarta, yang dikenal dengan citra destinasi unggul dan nilai religiusnya (CrescentRating et al., 2023). Pada periode Januari hingga September 2024 tercatat 28,48 juta perjalanan wisatawan domestik ke Yogyakarta (Badan Pusat Statistik, 2024). Angka ini tidak hanya menunjukkan daya tarik Yogyakarta sebagai destinasi wisata ramah Muslim, tetapi juga menggambarkan tingginya intensi masyarakat untuk berwisata ke daerah ini.

Beberapa destinasi wisata di Yogyakarta yang sesuai dengan konsep pariwisata ramah Muslim antara lain masjid-masjid bersejarah seperti Masjid Jogokariyan dan Masjid Gedhe Kauman, yang bukan hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga pusat kegiatan sosial dan budaya bagi wisatawan Muslim (Danis et al., 2022). Selain itu, Wisata Merapi yang mencakup Lava Tour, Museum Merapi, dan Kaliadem menawarkan wisata alam yang sejalan dengan

nilai-nilai Islam, seperti apresiasi terhadap ciptaan Tuhan dan edukasi berbasis alam. Wisata Alam Mangunan, yang mencakup Hutan Pinus dan Kebun Buah, juga menjadi pilihan menarik karena menyediakan lingkungan alami yang nyaman bagi keluarga Muslim, bebas dari hiburan yang bertentangan dengan ajaran Islam (Tantomi, 2020). Sementara itu, beberapa pantai seperti Parangtritis, Depok, dan Cemara Sewu dapat menjadi alternatif wisata ramah Muslim karena menawarkan suasana yang lebih nyaman dan dapat disesuaikan dengan nilai-nilai kesopanan dalam Islam.

Suatu destinasi harus memenuhi beberapa kriteria agar dianggap sebagai pariwisata ramah Muslim. Pertama, tersedia fasilitas ibadah yang layak dan mudah diakses oleh wisatawan, seperti masjid atau musala. Fasilitas ibadah menjadi aspek esensial bagi wisatawan Muslim dalam menjaga kewajiban ibadah harian mereka (Battour & Ismail, 2016). Kedua, adanya restoran halal yang memastikan bahwa makanan dan minuman sesuai dengan ajaran Islam. Jaminan halal menjadi elemen utama dalam keputusan destinasi wisata Muslim karena berkaitan langsung dengan keyakinan dan ketenangan dalam konsumsi makanan (Farahani & Henderson, 2010). Ketiga, etika dan budaya Islami yang tetap dijaga di lingkungan wisata, seperti larangan terhadap aktivitas yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam (misalnya alkohol, perjudian, dan pakaian tidak sopan). Lingkungan sosial yang mendukung nilai-nilai Islam turut memengaruhi kenyamanan dan keputusan berwisata (Mohsin et al., 2016).

Keempat, adanya fasilitas yang mendukung kunjungan keluarga Muslim, seperti area yang ramah anak, privasi untuk perempuan, dan keamanan.

Wisatawan Muslim sering bepergian dalam kelompok keluarga, sehingga fasilitas keluarga yang sesuai sangat dibutuhkan (Henderson, 2016). Terakhir, tempat wisata harus menawarkan nilai pendidikan dan spiritualitas, baik melalui warisan sejarah Islam, wisata alam yang berkelanjutan, maupun pengalaman yang memperkaya keislaman wisatawan. Wisata spiritual Islam tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga memperdalam pemahaman terhadap nilai-nilai keagamaan (Din, 1989). Dengan memenuhi kriteria ini, pariwisata ramah Muslim di Yogyakarta dapat berkembang lebih luas dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi wisatawan Muslim, baik dari dalam maupun luar negeri.

Pariwisata ramah Muslim tidak hanya menjadi alternatif wisata yang menjanjikan (Syaharani & Fahmi, 2024), tetapi juga menawarkan nilai-nilai universal yang relevan bagi semua wisatawan (Suyatman et al., 2019). Popularitas pariwisata ramah Muslim ini mencerminkan meningkatnya kebutuhan akan destinasi yang menyediakan layanan berbasis prinsip-prinsip Islam, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, lingkungan yang mendukung nilai Islami, serta suasana yang ramah keluarga.

Namun demikian, tantangan utama dalam sektor ini terletak pada bagaimana destinasi wisata mampu memenuhi kebutuhan praktis dan spiritual wisatawan Muslim secara seimbang. Adiba (2021) mengidentifikasi enam faktor yang mempengaruhi intensi wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata syariah yaitu persepsi masyarakat pribadi, keyakinan agama, infrastruktur, pemasaran halal, kesadaran halal, dan citra destinasi. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menemukan berbagai determinan yang relevan, antara lain

kualitas layanan (Salleh et al., 2019), citra destinasi (Cuesta-Valiño et al., 2020; Musa et al., 2021; Sodawan & Hsu, 2022), kepuasan pengunjung (Muslim & Harun, 2022), fasilitas (Salleh et al., 2019; Mansor et al., 2023), religiusitas (Sodawan & Hsu, 2022), dan pengalaman (Hanafiah et al., 2021; Musa et al., 2021).

Temuan-temuan sebelumnya menunjukkan bahwa keputusan berwisata ke destinasi ramah Muslim tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan layanan dan fasilitas, tetapi juga oleh dimensi emosional serta komitmen terhadap nilai-nilai keislaman. Namun, eksplorasi yang secara langsung mengaitkan nilai-nilai *Maqāṣid al-Syari'ah* dengan intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim masih belum ditemukan. Kesenjangan ini membuka kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini. Padahal, konsep pariwisata ramah Muslim hakikatnya berkaitan erat dengan pemenuhan prinsip-prinsip syariah, yang berimplikasi pada pemenuhan kebutuhan spiritual wisatawan Muslim. Oleh karena itu, pendekatan *Maqāṣid al-Syari'ah* dipandang relevan sebagai landasan teoretis untuk memahami faktor-faktor yang membentuk persepsi wisatawan, di mana semakin tinggi persepsi bahwa sebuah destinasi mendukung nilai-nilai *Maqāṣid al-Syari'ah*, semakin besar pula intensi wisatawan untuk memilih destinasi tersebut.

*Maqāṣid al-Syari'ah* berfungsi sebagai rambu-rambu fundamental yang menetapkan orientasi perilaku manusia pada pencapaian *al-falah* (keselamatan dunia dan akhirat) sebagai bentuk pemenuhan kepentingan Ilahi (Afandi, 2020). Sebagaimana pandangan Jasser 'Audah (2013) dalam buku '*Al-Maqāṣid* untuk

Pemula', *Maqāṣid al-Syari'ah* yang awalnya bernuansa *protection* (penjagaan) dan *preservation* (pelestarian) dengan berlandaskan hukum Islam, tetapi juga dimaknai ulang dengan bernuansakan *development* (pembangunan) sehingga menjadi kerangka nilai universal yang berkontribusi pada pembangunan sosial dan pengembangan sektor publik, termasuk pariwisata. Pendekatan ini menekankan pentingnya pemenuhan hak-hak dasar manusia, seperti hak beribadah, hak atas keselamatan, hak memperoleh pendidikan, kehormatan keluarga, dan kesejahteraan ekonomi. Auda (2013) menjelaskan bahwa *Maqāṣid al-Syari'ah* terdiri dari lima prinsip utama yang harus dijaga dan dilindungi, yaitu menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), menjaga keturunan (*hifz an-nasl*), serta menjaga harta (*hifz al-mal*).

Dalam konteks pariwisata ramah Muslim, prinsip-prinsip *Maqāṣid al-Syari'ah* memainkan peran penting. Kurniawan & Jatmika (2021) mengemukakan bahwa pariwisata dapat menjadi upaya menciptakan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata ramah Muslim dapat dikaitkan dengan prinsip-prinsip Islam yang mengutamakan keberlanjutan, keseimbangan, dan kemaslahatan. Yafiz (2019) menyebutkan prinsip-prinsip tersebut terangkum dalam teori *Maqāṣid al-Syari'ah*, yang tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan individu, tetapi juga memastikan keberlanjutan sosial, budaya, dan lingkungan. Aktualisasi dari prinsip-prinsip *Maqāṣid al-Syari'ah* dalam pengembangan industri pariwisata ramah Muslim akan memberikan dampak positif pada perekonomian secara berkelanjutan (Mustaqim, 2022).

Penelitian ini menelaah peran *Maqāṣid al-Syari'ah* dalam membentuk intensi wisatawan Muslim, baik melalui preferensi religius maupun persepsi kenyamanan dan keberkahan. Dengan menawarkan kerangka evaluasi bagi destinasi pariwisata ramah Muslim, studi ini tidak hanya memperkaya teori tetapi juga berkontribusi praktis dalam mengintegrasikan nilai religius ke dalam strategi pengelolaan pariwisata, sebuah perspektif yang masih jarang dieksplorasi. Chapra (2016) menyoroti bagaimana prinsip *Maqāṣid al-Syari'ah* tidak hanya relevan dalam ekonomi Islam, tetapi juga dalam sektor pariwisata yang berorientasi pada kesejahteraan wisatawan Muslim. Kerangka ini menekankan bahwa intensi berwisata tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik (seperti fasilitas halal), tetapi juga oleh pengalaman religius dan rasa spiritualitas yang diperoleh selama perjalanan.

Kelima prinsip *Maqāṣid al-Syari'ah* dapat diterjemahkan ke dalam variabel-variabel yang relevan untuk mengukur intensi wisatawan dalam memilih pariwisata ramah Muslim. *Hifz ad-din*, yang mengutamakan pemeliharaan agama, tercermin dalam pengalaman religius yang dapat diukur melalui fasilitas ibadah yang tersedia dan atmosfer Islami di destinasi. *Hifz an-nafs*, yang berfokus pada perlindungan jiwa, diwakili oleh variabel kepuasan pengunjung, yang mencakup rasa aman, kenyamanan dalam perjalanan, dan pelayanan yang ramah Muslim. *Hifz al-aql*, yang mengarah pada perlindungan akal, terwujud dalam kualitas pelayanan yang mencakup edukasi dan informasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. *Hifz an-nasl*, yang menjaga keturunan, terintegrasi dalam citra destinasi, yang mencerminkan keberlanjutan dan fasilitas

yang ramah keluarga. Serta *Hifz al-mal*, yang mengutamakan perlindungan harta, diwakili oleh keterjangkauan harga, yang memastikan bahwa wisatawan dapat mengakses destinasi tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan transaksi tidak adil. Secara spesifik, penelitian ini menggunakan lima variabel bebas (*independent*) antara lain pengalaman religius, kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan keterjangkauan harga serta variabel terikat pada penelitian ini adalah intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.

Berdasarkan latar belakang ini, penulis berinisiatif melakukan penelitian yang berjudul “Eksplorasi Determinan Intensi Berwisata pada Pariwisata Ramah Muslim di Yogyakarta: Pendekatan *Maqāṣid al-Syari'ah*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana variabel-variabel yang diterjemahkan dari prinsip-prinsip *Maqāṣid al-Syari'ah* membentuk intensi wisatawan untuk memilih destinasi wisata ramah Muslim, serta dapat memberikan wawasan baru yang relevan untuk pengembangan industri pariwisata ramah Muslim di Yogyakarta. Penelitian ini juga berkontribusi dalam memperkaya literatur ilmiah sekaligus menyediakan panduan strategis bagi pemangku kepentingan dalam menciptakan pengalaman wisata Islami yang optimal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, diketahui terdapat lima variabel bebas. Dengan demikian terdapat lima pertanyaan yang

dijadikan sebagai rumusan permasalahan pada penelitian ini dan disajikan sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman religius berpengaruh positif terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim?
2. Apakah kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim?
4. Apakah citra destinasi berpengaruh positif terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim?
5. Apakah keterjangkauan harga berpengaruh positif terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan permasalahan pada penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menguji dan menjelaskan pengaruh pengalaman religius wisatawan terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.
2. Menguji dan menjelaskan pengaruh kepuasan pengunjung terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.
3. Menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.
4. Menguji dan menjelaskan pengaruh citra destinasi terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.

5. Menguji dan menjelaskan pengaruh keterjangkauan harga terhadap intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim.

#### **D. Manfaat Hasil Penelitian**

Manfaat akademik hasil penelitian ini dapat dijadikan pondasi untuk memperkuat semesta ilmu mengenai intensi berwisata pada pariwisata ramah Muslim, dengan pendekatan *Maqāṣid al-Syari'ah*. Hal ini penting karena penelitian terkait pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel dalam *Maqāṣid al-Syari'ah* terhadap intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata ramah Muslim di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, masih sangat terbatas.

Pendekatan ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat mempengaruhi keputusan wisatawan, dan membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut dalam konteks ini. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang strategi pengembangan pariwisata ramah Muslim yang lebih efektif, serta menjadi acuan untuk meningkatkan kesadaran dan promosi industri pariwisata ramah Muslim di Indonesia.

#### **E. Desain Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan lima bagian utama, yang masing-masing memiliki fungsi tertentu, yaitu pendahuluan, kajian pustaka, desain penelitian, temuan dan pembahasan, serta penutup. Bagian pendahuluan berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan

desain penulisan. Bagian kajian pustaka berisi landasan teori, kerangka teoritis, dan hipotesis. Bagian desain penelitian berisi metode pengumpulan data dan teknik analisis data. Bagian temuan dan pembahasan berisi penyajian dari hasil analisis melalui uji statistik serta interpretasi dari masing-masing temuan tersebut. Bagian terakhir, penutup berisi kesimpulan dari penelitian, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, dan keterbatasan yang ada pada penelitian ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan, seluruh variabel independen yaitu pengalaman religius, kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan keterjangkauan harga berpengaruh signifikan terhadap intensi berwisata Muslim di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan *Maqāṣid al-Syari'ah* mampu menjelaskan berbagai determinan yang mendorong niat wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata ramah Muslim. Di samping itu, setelah melalui serangkaian uji empiris dan pembahasan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman religius, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap intensi berwisata Muslim, sementara keterjangkauan harga tidak memiliki dampak yang berarti. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan Muslim lebih memprioritaskan pengalaman spiritual dan kenyamanan layanan dibandingkan faktor harga dalam memilih destinasi.

Pengalaman religius menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan memilih destinasi yang menawarkan nilai spiritual mendalam. Kualitas pelayanan yang prima juga meningkatkan niat berkunjung, menegaskan bahwa kenyamanan dan profesionalisme layanan menjadi kunci daya tarik wisata halal. Selain itu, citra destinasi yang positif memperkuat keputusan wisatawan, menunjukkan pentingnya *branding* dan promosi yang menyoroti nilai-nilai

Islam. Kepuasan pengunjung menunjukkan bahwa pelayanan menjadi bagian yang menyehatkan mental, emosi, dan ruhani.

Dalam perspektif *Maqāṣid al-Syari'ah*, temuan ini mencerminkan menjaga agama (*hifz ad-din*) melalui pengalaman religius yang bermakna, menjaga jiwa (*hifz an-nafs*) dalam bentuk layanan yang aman dan nyaman, serta menjaga akal (*hifz al-aql*) melalui edukasi dan literasi wisata halal. Lebih jauh, citra destinasi juga berhubungan dengan *hifz an-nasl* (menjaga keturunan), karena lingkungan wisata yang ramah keluarga. Destinasi dengan atmosfer yang mendukung norma Islam, fasilitas ramah keluarga, dan edukasi wisata syariah dapat berkontribusi pada pembentukan karakter wisatawan Muslim lintas generasi. Di sisi lain, ketidakberpengaruh harga terhadap intensi berwisata menunjukkan bahwa wisatawan lebih mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari pengalaman wisata, sejalan dengan prinsip menjaga harta (*hifz al-mal*).

Temuan ini memberikan landasan konseptual dan empiris bahwa pengembangan destinasi wisata ramah Muslim perlu mengintegrasikan nilai-nilai *Maqāṣid al-Syari'ah* secara holistik dalam pelayanan, promosi, dan pengelolaan destinasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan intensi berkunjung tetapi juga memperkuat posisi industri pariwisata halal sebagai sektor yang inklusif, spiritual, dan berkelanjutan.

## **B. Keterbatasan dan Rekomendasi**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya menyoroti faktor pengalaman religius, kualitas pelayanan, citra destinasi, kepuasan pengunjung, dan keterjangkauan harga dalam mempengaruhi intensi berwisata Muslim, tanpa mempertimbangkan variabel lain seperti kebijakan pemerintah, pengaruh media sosial, atau preferensi budaya lokal yang juga dapat memengaruhi keputusan wisatawan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berhubungan negatif dengan intensi berwisata, yang memerlukan kajian lebih lanjut untuk memahami dinamika loyalitas wisatawan Muslim terhadap destinasi tertentu.

Sebagai rekomendasi, penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan menambahkan variabel lain yang lebih komprehensif, seperti pengaruh promosi digital, kualitas infrastruktur, atau faktor sosial-ekonomi yang mungkin berperan dalam keputusan wisatawan Muslim. Selain itu, pendekatan penelitian kualitatif yang lebih mendalam dapat digunakan untuk menggali alasan di balik hubungan negatif antara kepuasan pengunjung dan intensi berwisata. Bagi pengelola destinasi wisata halal, penting untuk mengembangkan strategi inovatif yang tidak hanya menarik kunjungan pertama, tetapi juga menciptakan daya tarik berkelanjutan agar wisatawan tetap tertarik untuk kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, E. M., & Nasrulloh. (2021). Exploring Muslim Tourist Intention on Shariah Tourism to Madura. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 61–74. <https://doi.org/10.22219/JES.V6I1.15018>
- Afandi, M. Y. (2020). *Konseptualisasi Maqashid Al Syari'ah Development Index (MSDI) (Eksplorasi Indeksasi Maqashid Al Syari'ah Perspektif Jasser Auda)*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30684>
- Agustin, A. H., Auliya, A., & Prianti, D. M. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Kualitas Layanan Iklan Tiket.Com Versi Senyum Pariwisata Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1020>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbar, A. F., Mulyani, T., & Pujiastuti, E. (2023). Penerbitan Sertifikasi Halal terhadap Produk Makanan Ringan. *SLR: Semarang Law Review*, 4(1). <https://doi.org/10.26623/slr.v4i1.6516>
- Al-Farisi, M. S. (2022). Konsep Pariwisata Halal di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 84. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i1.27>
- Al-Mustaqim, D. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1). <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.20>
- Amelia. (2021). Muslim Traveller Halal Food Consumption Attitude and Behavioral Intentions of Indonesian Muslim. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 1(1). <https://doi.org/10.58968/http.v1i1.67>

- Anwar, A., & Nata, L. (2022). Kian Mendunia Tren Wisata Halal: Religiusitas dan Efikasi Diri Berwisata. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Pariwisata Halal*, 1(2), 7–12. <https://doi.org/10.70371/JSEHT.V1I2.55>
- Aprilia, K. (2022). Pengaruh Motivasi Wisata Halal Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung the Forest Island Pandak Baturraden. *הארץ*, 8.5.2017, 2003–2005. [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)
- Armyta, N., Dewi, S., & Supriyantoro, S. (2023). Analisa Pengaruh Service Quality, Price Fairness, Word of Mouth, Norma Subjektif dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Berkunjung. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(11). <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i11.1068>
- Asmara, & Azhar, J. A. (2024). *Dynamics of Halal Regulation in Indonesia*. <https://journal.alifba.id/index.php/jei/article/view/30>
- Asy'ari, R., Silalahi, A. T., Mustofa, A. N. A., Hutama, S. T. E. W., & Nandalianadhira, N. (2024). Pembangunan Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Pelayanan Terra di Pantai Tanjung Setia. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 142–147. <https://doi.org/10.59837/410m6r96>
- Auda, J. (2008). Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach. In *The International Institute of Islamic Thought*.
- Auda, J. (2013). Al-Maqashid untuk Pemula. In *Filsafat Hukum Islam*. Suka Press.
- Azizah, S. N., & Salam, A. N. (2021). Determinants of Mother's Financial Literacy on Family Economic Welfare: Maqashid Sharia Analysis. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(2). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v1i2.12>
- Azzama, A., & Muhyani. (2019). Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta sebagai Pusat Kegiatan Masyarakat. *Komunika: Juournal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1).

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2023*.  
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/04/05/0ba2b8f3f4f15dd18799f0c0/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2023.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara pada Februari 2024 Mencapai 1,04 Juta Kunjungan, Naik 38,24 Persen*.  
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/04/01/2349/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-februari-2024-mencapai-1-04-juta-kunjungan-naik-38-24-persen--y-on-y---jumlah-perjalanan-wisatawan-nasional--wisnas--pada-februari-2024-mencapai-622-15-ribu-perjalanan--naik-7-22-persen--y-on-y---.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Perkembangan Pariwisata di Yogyakarta September 2024 - Badan Pusat Statistik Provinsi di Yogyakarta*. BPS.Go.Id.  
<https://yogyakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/01/1572/perkembangan-pariwisata-di-yogyakarta-september-2024.html>
- Basra, A. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Kota Banda Aceh)*.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.  
<https://doi.org/10.1016/J.TMP.2015.12.008>
- Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2011). The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice. *International Journal of Tourism Research*, 13(6). <https://doi.org/10.1002/jtr.824>
- Battour, M. M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2010). Toward a Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*, 15(4).  
<https://doi.org/10.3727/108354210X12864727453304>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business A Skill Building Approach 8th, Asia Edition*. Wiley.

- Bustamam, N., & Suryani, S. (2022). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2). [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8839](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8839)
- Cahyaningsih, E. (2020). *Minat Berwisata Halal: Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Berwisata ke Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28993>
- Chapra, M. U. (2008). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah. In *Occasional papers series 15*.
- Chapra, M. U. (2016). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0NGpDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&ots=2951YLxRLB&sig=amDQAY8JHYGpjoZA4lmxKN\\_IprY&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0NGpDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&ots=2951YLxRLB&sig=amDQAY8JHYGpjoZA4lmxKN_IprY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Chrysnaputra, R. D., & Pangestoeti, W. (2021). Pariwisata Halal dan Travel Syariah Pasca Pandemi Covid 19. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 151–172. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v2i2.316>
- CrescentRating, Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia (PPHI), & Bank Indonesia. (2023). *Indonesia Muslim Travel Index 2023*. Crescent Rating. <https://www.crescentrating.com/reports/indonesia-muslim-travel-index-2023.html>
- Cuesta-Valiño, P., Bolifa, F., & Núñez-Barriopedro, E. (2020). Sustainable, Smart and Muslim-friendly Tourist Destinations. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12051778>
- Danis, A., Darussalam, U., Dian, G., Rozza, S., Muhammadiyah, U., Romelah, M., & Malang, U. M. (2022). Mosque Based Community Empowerment (Case Study: Jogokariyan Mosque). *At-Ta'dib*, 17(1), 160–179. <https://doi.org/10.21111/AT-TADIB.V17I1.7894>

- Dewanto, R. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi dan Citra Destinasi Pariwisata Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 6(4). <https://doi.org/10.22219/jie.v6i4.22278>
- Dewi, L. P. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature Review: Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>
- Din, K. H. (1989). Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 542–563. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90008-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90008-X)
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). Muslim Tourist Perceived Value in the Hospitality and Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 54(6). <https://doi.org/10.1177/0047287514532367>
- Fadillah, N., Sabaruddin, A., Garancang, A., & Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1).
- Fajriyati, I., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2022). Attributes Influencing Overall Tourist Satisfaction and Its Consequences for Muslim-Majority Destination. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440211068462>
- Farahani, H. Z., & Henderson, J. C. (2010). Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1). <https://doi.org/10.1002/jtr.741>
- Fatmasari, D., Khairunnisa, H., & Haryati, Y. (2023). Valuasi Ekonomi pada Kawasan Destinasi Wisata Alam Cibulan Kabupaten Kuningan Perspektif Maqashid Syariah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 127. <https://doi.org/10.24235/jm.v8i1.10949>

- Fatmawati, A. A. (Ari), & Santoso, S. (Sugeng). (2020). Penguatan Rantai Nilai Pariwisata sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 461974. <https://doi.org/10.22441/JIMB.V6I3.9825>
- 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). <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.18713>
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 15(2). <https://doi.org/10.36456/jstat.vol15.no2.a6436>
- GMTI. (2024). *The 9th Edition of Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index (GMTI)*. Global Muslim Travel Index (GMTI). <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2024.html>
- Haikal, A. (2022). Analisis Dampak Pariwisata Halal dalam Menunjang Keberlanjutan Ekonomi, Sosial, dan Budaya Masyarakat di Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1).
- Hakim, I. N., Fauziah, E., & Syahfirin, A. (2022). Intensi Perilaku Berwisata Alam Masyarakat DKI Jakarta Pasca Vaksinasi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(2). <https://doi.org/10.34013/jk.v6i2.702>
- Hakim, L., & Muhajarah, K. (2023). Travel Pattern Wisata Religi di Jawa Tengah. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.6304>

- Hamdani, A. R. T. (2022). Pengaruh Produk dan Media Sosial Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Syariah di Bandung, Jawa Barat. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(2). <https://doi.org/10.37535/104002220222>
- Hamdy, A., & Eid, R. (2024). Muslim-Friendly Tourist Destination Image in Travel and Hospitality Industry: Conceptualization and Scale Development. *International Journal of Intercultural Relations*, 102, 102043. <https://doi.org/10.1016/J.IJINTREL.2024.102043>
- Hamzah, N., Salleh, N., Dzulkifli, I., & Wook, T. (2022). Muslim-friendly Medical Tourism. *Journal of Global Hospitality and Tourism*, 1(2), 93–109. <https://doi.org/10.5038/2771-5957.1.2.1008>
- Han, H., Al-Ansi, A., Koseoglu, M. A., Lin, P. M. C., Park, J., Yu, J., & Kim, W. (2019). Halal Tourism: Travel Motivators and Customer Retention. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(9). <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1683483>
- Hanafiah, M. H., Maek, A. A. A. A., & Zahari, M. S. M. (2021a). Muslim Tourist Behaviour and Intention to Revisit non- Muslim Countries: The Role of Muslim-Friendly Tourism (MFT) Attributes. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(1), 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.21427/ps19-n143>
- Hanafiah, M. H., Maek, A. A. A. A., & Zahari, M. S. M. (2021b). *Muslim Tourist Behaviour and Intention to Revisit non-Muslim Countries: The Role of Muslim-Friendly Tourism (MFT) Attributes*. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol9/iss1/14/>
- Hasyim, F. (2022). Adoption of Extended Theory of Planned Behavior to Halal Food Purchasing Decision Admist Pandemic. *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1), 84–115. <https://doi.org/10.23917/jisel.v5i1.15162>

- Henderson, J. C. (2016). Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insights from Malaysia and Singapore. In *Tourism Management Perspectives* (Vol. 19). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>
- Herman, H., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Aulia, A. (2023). Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian pada Sosial Instagram. *JEYSA*, 6(2). <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1059>
- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2023a). Peningkatan Intensi Loyalitas Wisatawan Melalui Pengalaman Berwisata Ciletuh-Palabuhanratu Unesco Global Geopark. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2023b). Peningkatan Intensi Loyalitas Wisatawan Melalui Pengalaman Berwisata Ciletuh-Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1). <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Operasionalisasi Variabel dalam Penelitian Kuantitatif*. Eureka Media Aksara. [https://www.researchgate.net/publication/382028555\\_OPERASIONALISASI\\_VARIABEL\\_DALAM\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF](https://www.researchgate.net/publication/382028555_OPERASIONALISASI_VARIABEL_DALAM_PENELITIAN_KUANTITATIF)
- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Sosial Sains*, 1(2). <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i2.34>
- Irdiana, S., Ariyono, K. Y., & Darmawan, K. (2021). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 421–428. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaIndonesia.v1i3.620>

- Islami, M. E. N., Erningdyah K., N., & Enggarwati, D. (2020). *The Role of Mosque in The Development of Halal Tourism (Case Study in Masjid Gedhe Kauman, Yogyakarta)*. <https://doi.org/10.2991/icoborot-18.2019.35>
- Junaidi, J. (2020). Halal-Friendly Tourism and Factors Influencing Halal Tourism. *Management Science Letters*, 10(8). <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.1.004>
- Junianto, A. (2024). *Wujudkan DIY sebagai Destinasi Wisata Ramah Muslim*. Harian Jogja. [https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2024/12/20/510/1198611/wujudkan-diy-sebagai-destinasi-wisata-ramah-muslim?utm\\_source=chatgpt.com](https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2024/12/20/510/1198611/wujudkan-diy-sebagai-destinasi-wisata-ramah-muslim?utm_source=chatgpt.com)
- Kamali, M. H. (2008). Principles of Islamic Jurisprudence. *Journal of Law and Religion*, 15(1/2). <https://doi.org/10.2307/1051529>
- Kamali, M. H. (2019). Maqasid Al-Shariah Made Simple. In *Maqasid Al-Shariah Made Simple*. <https://doi.org/10.2307/j.ctvkc67vz>
- Kamri, N. ‘Azzah, Sarif, S., Ali, N. A., & Mokti, H. A. (2024). Ethics of Ikram al-Dayf for Quality Muslim-Friendly Hospitality Services. *Millah: Journal of Religious Studies*, 23(1), 467–504. <https://doi.org/10.20885/MILLAH.VOL23.ISS1.ART15>
- Khasanah, S. F. (2023). Participatory Appraisal of Competitive Advantage: Pengembangan Ekonomi Pariwisata Lokal Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(8). <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i8.673>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). *Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029*. <https://kneks.go.id/beranda>
- Kuncoro, B. R. (2022a). Antecedents and Consequences of Halal Destination Image. *Doctoral Dissertation, Universitas Lampung*.
- Kuncoro, B. R. (2022b). Antecedents and Consequences of Halal Destination Image. *Doctoral Dissertation, Universitas Lampung*.

- Kurniawan, S., & Jatmika, S. (2021). Japan's Challenges on Muslim Friendly Tourism to Attract Muslim Tourists 2013-2019. *Journal of Islamic World and Politics*, 5(2), 313–3325. <https://doi.org/10.18196/jiwp.v5i2.9833>
- Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Lusiana, D., Irchamni, I. A., & Azizah, S. N. (2024). Peran Zakat Produktif dalam Mendukung Perkembangan Industri Halal: Kajian Filantropi Islam Lazis Unisia Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 7(2), 132–143. <https://doi.org/10.30863/AL-TSARWAH.V7I2.8161>
- Mahsun, M., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *OECOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 140–151. <https://doi.org/10.15642/oje.2022.6.2.140-151>
- Maksum, R. D. (2021). Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik Linier di Kampung Taman Sari Yogyakarta. *Gorontalo Journal of Infrastructure and Science Engineering*, 4(2), 76. <https://doi.org/10.32662/gojise.v4i2.2152>
- Mandalia, S., Yulianda, H., & Adriz, H. (2022). Analysis of Muslim-Friendly Tourism Potential in Padang Ganting Hot Spring Tourism, Tanah Datar District, West Sumatra, Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(3). <https://doi.org/10.20414/juwita.v1i3.5615>
- Mansor, M. A. M. A., Som, A. P. M., Yusof, Y., & Al Qassem, A. (2023). Level of Islamic Attributes Practices by Muslim Friendly Hotel in Malaysia. *Planning Malaysia*, 21(1). <https://doi.org/10.21837/PM.V21I25.1229>
- 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*, 4(1). <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.455>

- Martiasari, L. D., & Hendratmi, A. (2022). Menilai Halal Awareness dan Lifestyle terhadap Keputusan Menginap di Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4). <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp523-533>
- Maulana, N., Wibowo, M. G., Zicky, M. A., & Ernita. (2024). Welcoming the Economic Transformation of the Ummah in Aceh through Muslim Friendly Tourism Destinations. *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 13(2), 171–189. <https://doi.org/10.47766/SYARAH.V13I2.4994>
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. In *Tourism Management Perspectives* (Vol. 19). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>
- Muhammad, F. (2019). Patterns of Islamic Banks Financing to Increase the Number of Halal Tourism and the Local Generated Income (PAD) Growth In Indonesia. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8492>
- Mularsari, A., & Djandri, M. Z. (2024). Potensi Wisata Kuliner Halal di Kebayoran Baru dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata di Jakarta. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.14747>
- Mursyidah, A., & Maspupah, S. (2023). Analisis Maqashid Syariah Pemanfaatan Smartphone sebagai Media Pemasaran Online pada Pelaku Wirausaha. *Ad-Diwan*, 2(02). <https://doi.org/10.51192/ad.v2i02.368>
- Musa, A., Halim, H., Khalidin, B., & Ibrahim, A. (2021). What Determines Muslim-Friendly Tourism in Aceh? *IQTISHADIA*, 14(1), 81–106. <https://doi.org/10.21043/IQTISHADIA.V14I1.9438>
- Muslim, A. K., & Harun, A. (2022). Exploring the Concept of Muslim Friendly Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(3). <https://doi.org/10.21427/n4fm-gb33>

- Mustaqim, D. (2022). Dualisme Perempuan dalam Kesejahteraan Rumah Tangga Perspektif Qira'Ah Mubadalah Faqih Abdul Qodir dan Maqashid Syariah. *Equalita*, 4(2).
- Nasr, S. H. (2011). Religion & The Order of Nature. In *Religion & The Order of Nature*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195108231.001.0001>
- Nawi, N. B. C., Al Mamun, A., Nasir, N. A. M., Abdullah, A., & Mustapha, W. N. W. (2019). Brand Image and Consumer Satisfaction Towards Islamic Travel Packages. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 188–202. <https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2019-0007/FULL/HTML>
- Nirwani, A., Kusumah, A. H. G., & Yudha, E. S. (2024). Muslim-Friendly Tourism Attributes: A Summary of Studies from 2014 to 2024. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 243–260. <https://doi.org/10.17509/JITHOR.V7I2.75953>
- Nisya, K., & Zakik, Z. (2023). Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Objek: Wisata Pantai Biru Desa Telaga Biru Kecamatan Tanjung Bumi). *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 3(1). <https://doi.org/10.21107/bep.v3i1.18508>
- Noerhanifati, S. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1). <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.46>
- Novia, A., Septianda, A., Septiana, S., Fauziah, F. A., Fauziah, J., Firnando, R., Hakim, A., Malkhan, G. I., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, dan Religiusitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Bukittinggi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(1). <https://doi.org/10.15548/jebi.v7i1.551>

- Nuvil, N. U. A., Aisyah, S., & Azizah, S. N. (2023). Implementasi Pariwisata Halal: Studi Terhadap Hotel Royal Homy Syariah di Yogyakarta. *EDUTOURISM: Journal Of Tourism Research*, 5(02), 371–382. <https://doi.org/10.53050/EJTR.V5I02.706>
- Nuzulia, N. (2021). Intensi Berwisata Berbasis TPB (Theory of Planned Behavior) pada Pariwisata Ramah Halal: Keterlibatan Citra Destinasi, Resiko Pandemi dan Kualitas Pelayanan. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v4i1.3736>
- Purwohandoyo, J., Lubis, B. T., & Saputra, O. F. (2020). Aplikasi Analisis SWOT Kuantitatif untuk Formulasi Strategi Pengembangan Pariwisata Perdesaan di Kawasan Lereng Merapi, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 9(1). <https://doi.org/10.22146/jnp.59458>
- Rachmiate, A., Fitria, R., Suryadi, K., & Ceha, R. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Halal Hotel di Indonesia dan Thailand. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v4i1.5256>
- Rafiuddin, M., Aulia Ramadhan, D., Nur Azizah, S., Sunan Kalijaga Yogyakarta, U., & mhmmdrafdin, I. (2024). Halal Certification for MSMEs: Navigating Perceptions and Implementations Through the Lens of Maslahah Mursalah. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 5(2), 135–151. <https://doi.org/10.52593/MTQ.05.2.03>
- Rahmadiane, G. D. (2022). Pengaruh Destination Brand Experience pada Intensi Rekomendasi dan Kunjungan Kembali Pariwisata Tegal. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 91–102. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4999>
- Rahman, M. K., Sarker, M., & Hassan, A. (2021). Medical Tourism: The Islamic Perspective. *Tourism Products and Services in Bangladesh: Concept Analysis*

*and Development Suggestions*, 87–99. [https://doi.org/10.1007/978-981-33-4279-8\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-33-4279-8_4)

- Rahmawati, R., & Parangu, K. A. (2021). Potensi Pemulihan Pariwisata Halal di Ponorogo (Analisa Strategi pada Masa Pandemi Covid-19). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(1). <https://doi.org/10.21154/joie.v1i1.2781>
- Rahmawati, Y., Alhassan, U., A'la, A. M., & Rosyidi, L. N. (2025). Empirical Study on the Determinants of Muslim Tourists' Visit to Japan: Do Muslim-Friendly Facilities and Culture Matter? *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 353–372. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2022-0188/FULL/PDF>
- Rakhmad, A. A. N. (2021). Andong and Pedicab as Halal Tourism Transportation Means for Tourists in Malioboro Yogyakarta with Social Economic Approach. *Maliki Islamic Economics Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.18860/miec.v1i1.12543>
- Rindiani, & Nadia. (2024). Analisis Kesejahteraan Pedagang Pasar Pagi Sambas dalam Perspektif Maqashid al-Syariah. *Al-Fiqh*, 2(1), 36–51. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i1.442>
- RISSC. (2024). *The Muslim 500 | The World's Most Influential Muslims*. <https://themuslim500.com/books/TheMuslim500-2025-lowres.pdf>
- Sabil, S., Hidayat, M., & Asri, A. (2022). Analisis Pengaruh Konten Media Sosial dan Inovasi Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lifestyle sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Shopee di Kota Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4). <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3456>
- Said, M. F., Adham, K. A., Muhamad, N. S., & Sulaiman, S. (2022). Exploring Halal Tourism in Muslim-Minority Countries: Muslim Travellers' Needs and Concerns. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4). <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0202>

- Salleh, N. M., Nor, R. M., Azmin, N. A. M., & Samori, Z. (2019). *Exploring Challenges in Providing Muslim Friendly Tourism Services in Northern Japan: A Case Study in Akita Prefecture*. [https://www.researchgate.net/publication/337019172\\_Exploring\\_Challenges\\_in\\_Providing\\_Muslim\\_Friendly\\_Tourism\\_Services\\_in\\_Northern\\_Japan\\_A\\_Case\\_Study\\_in\\_Akita\\_Prefecture](https://www.researchgate.net/publication/337019172_Exploring_Challenges_in_Providing_Muslim_Friendly_Tourism_Services_in_Northern_Japan_A_Case_Study_in_Akita_Prefecture)
- Santoso, L., Triyanta, A., & Thontowy, J. (2022). Halal Tourism Regulations in Indonesia: Trends and Dynamics in the Digital Era. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 22(1). <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v22i1.73-94>
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. (2019). Persepsi, Sikap, dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i2.857>
- Sari, Y., Ridwansyah, R., & Anggraeni, E. (2024). Analisis SWOT Pengembangan Wisata Halal dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Daerah Lampung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 8(1), 290–304. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3673>
- Scorita, K. B., Usep, S., Umi, W., & Agus, W. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Purchase Decision Produk Kosmetik Halal Indonesia. *Kinerja*, 5(02). <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i02.2697>
- Setiawan, F., & Mirza, M. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Perceived Value terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Halal di Sumatera Barat. *Jurnal Ekobistek*, 245–250. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.369>
- Sodawan, A., & Hsu, R. L. W. (2022). Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912002>

- Sofiah, S., Khumaidah, S., & Fauzan, F. (2023). Halal Tourism By Stakeholder's Perspective. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i2.2085>
- Soleha. (2023). Potensi Pariwisata Halal di Indonesia dalam Menarik Wisatawan Internasional. *Ar-Rehla*, 3(2), 134–143. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i2.8316>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971#>
- Suyatman, U., Ruminda, R., & Yatmikasari, I. (2019). Pengembangan Muslim Friendly Tourism dalam konsep Pariwisata di Pulau Dewata. *Pusat Penelitian Dan Penerbitan UIN Sunangunungdjati Bandung*.
- Syahrani, H. R., & Fahmi, M. F. (2024). Examining Muslim Friendly Tourism as a Strategy to Embrace Halal Tourism Prospects. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 123–139. <https://doi.org/10.24252/LAMASYIR.V11I1.48097>
- Syed, F. N., & Kaliappen, N. (2024). Halal Tourism as a New Strategy for Sustainable Tourism. *The Emerald Handbook of Tourism Economics and Sustainable Development*, 273–292. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-708-220241014/FULL/XML>
- Takhim, M., Sonjaya, A., Salim, Z., Rahman, A., Basmar, E., Abdullah, R., & Ali, M. (2023a). The Synergy of Islamic Banks and Muslim-Friendly Tourism: Patterns of Halal Industry Development in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(9), 2723–2731. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180911>
- Takhim, M., Sonjaya, A., Salim, Z., Rahman, A., Basmar, E., Abdullah, R., & Ali, M. (2023b). The Synergy of Islamic Banks and Muslim-Friendly Tourism: Patterns of Halal Industry Development in Indonesia. *International Journal of*

- Sustainable Development and Planning*, 18(9), 2723–2731.  
<https://doi.org/10.18280/ijmdp.180911>
- Tantomi, I. (2020). *5 Destinasi Wisata Halal Jogja dan Sekitarnya yang Wajib Masuk Bucket List*. Dream.Co.Id. <https://www.dream.co.id/lifestyle/5-destinasi-wisata-halal-jogja-dan-sekitarnya-yang-wajib-masuk-bucket-list-200218b.html>
- Timur, Y. P., Battour, M., Ratnasari, R. T., & Zulaikha, S. (2023). What Drivers Consumers in Using Digital Apps to Visit Halal Tourism in East Java? Optimatization Strategy from UTAUT2 Perspective. *Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 190–215.  
<https://doi.org/10.20473/JEBIS.V9I1.44569>
- Uki, S., Fatmala, W., & Rahma, F. (2022). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau Tahun 2021. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 366–385. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.971>
- Usman, A., Hidayat, M., & Daud, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Empiris pada Obyek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros). *Nobel Management Review*, 3(3), 527–541.  
<https://doi.org/10.37476/nmar.v3i3.3289>
- Usman, H., Sobari, N., & Sari, L. E. (2019). Sharia Motivation in Muslim Tourism Definition, is It Matter? *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 709–723.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0015/FULL/XML>
- Usodo, H., Palupiningtyas, D., Agustina Deva PN, & Aland Satria AW. (2023). Intensi Berwisata Kuliner Kembali di Kota Semarang: Suatu Tinjauan Kepuasan Wisatawan. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 437–451. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1365>

- Warta Jogjakarta. (2024). *Potensi Wisata Halal Yogyakarta Terus Didorong*. Warta.Jogkarta.Go.Id.  
[https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6805?utm\\_source=chatgpt.com](https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6805?utm_source=chatgpt.com)
- Wekke, I. S. (2019). Metode Penelitian Ekonomi Syariah. In *Gawe Buku* (Issue December 2019).
- Wibowo, M. G. (2020). Indeks Pariwisata Halal (Implementasi Fatwa DSN MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah di Kota Bukittinggi). *JESI: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(2).  
[https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(2\).84-95](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(2).84-95)
- Wikaningtyas, S. U., Setyawati, R., Santoso, R. T., & Aji, R. G. S. (2022). Pengaruh Pemasaran Melalui Social Media dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta yang di Mediasi oleh Word of Mouth Marketing. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(4).  
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i4.623>
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*.  
<https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- Yafiz, M. (2019). Internalisasi Maqâshid al-Syarî'ah dalam Ekonomi Menurut M. Umer Chapra. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(1).  
<https://doi.org/10.15408/ajis.v15i1.2853>
- Yuliviona, R., Alias, Z., Abdullah, M., & Sefnedi, S. (2020). *The Effect of Islamic Athibutes of Destination, Experiential Values on Revlsit Intention among Muslim Tourisfi: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction*.  
[https://www.researchgate.net/publication/341357602\\_The\\_Effect\\_of\\_Islamic\\_Athibutes\\_of\\_Destination\\_Experiential\\_Values\\_on\\_Revlsit\\_Intention\\_among\\_Muslim\\_Tourisfi\\_Model\\_Testing\\_on\\_the\\_Mediating\\_Role\\_of\\_Satisfacton](https://www.researchgate.net/publication/341357602_The_Effect_of_Islamic_Athibutes_of_Destination_Experiential_Values_on_Revlsit_Intention_among_Muslim_Tourisfi_Model_Testing_on_the_Mediating_Role_of_Satisfacton)

- Yuniar, A., Xaverina, R., Istijanto, & Amelia, N. (2019). *Analisa Dampak Keterlibatan Pengunjung terhadap Perilaku Intensi Melalui Memorable Tourism Experience (Studi Empiris: Museum Bank Indonesia)*. Kajian Branding Indonesia. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/kbi/article/view/36>
- Zamira, H. A., & Khadiyanta, P. (2022). Faktor-Faktor Sarana dan Prasarana BRT yang Berpengaruh Terhadap Pengembangan Obyek Wisata Goa Kreo, Kota Semarang. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 11(2), 137–147. <https://doi.org/10.14710/tpwk.2022.28815>