

## Pengaruh Tingkat Literasi Wisata Halal, dan Perilaku Wisatawan Terhadap Minat Berwisata Halal di Provinsi Riau

Abdi Riansyah<sup>1</sup> dan Nurizal Ismail<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Tazkia, 20103104.abdi@student.tazkia.ac.id

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Tazkia, nurizal@tazkia.ac.id

### Abstract

*This research aims to analyze the effect level of halal tourism literacy and tourist behavior towards interest in visiting halal tourism with a focus on halal tourism in Riau Province. This research uses the PLS-SEM (Partial Least Square Structural Equation Modeling) method to illustrate the results of regression analysis related to testing the relationship between independent and dependent variables. The results of this research reveal that the variables of halal tourism literacy and tourist behavior have a significant effect on interest in visiting halal tourism, which means that the better the public's literacy towards halal tourism, the better the public's attitude towards halal tourism. Vice versa, the better the public's attitude towards halal tourism, the higher the interest in visiting halal tourism. Therefore, it is important to cultivate a positive image of halal tourism to ensure halal tourism in Indonesia, especially in Riau Province.*

*Keywords: Halal Tourism, Halal Literacy, SEM-PLS*

### PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi Islam atau industri halal. Pertumbuhan ekonomi Islam telah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penerapan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari, yang juga berdampak pada permintaan layanan di sektor pariwisata. Industri halal mengalami pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya, tidak hanya terbatas pada produk olahan makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik. Konsep pariwisata halal muncul sebagai manifestasi dari tingginya jumlah penduduk Muslim di Indonesia dan telah menjadi salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan paling cepat (Marswandi et al., 2023).

Prestasi yang membanggakan bagi pariwisata Indonesia, karena Lonely Planet pada tahun 2019 menempatkan Indonesia sebagai salah satu dari sepuluh destinasi terbaik di dunia. Dengan lebih dari 17.000 pulau yang menawarkan keragaman budaya, kuliner, dan agama, Indonesia diakui sebagai destinasi yang menawarkan beragam pengalaman. Keistimewaan ini membuat Indonesia menjadi satu-satunya negara dari ASEAN yang berhasil masuk dalam daftar 10 besar versi Lonely Planet pada tahun tersebut (Sari et al., 2019).

Provinsi Riau, sebagai salah satu dari 10 provinsi di Indonesia, telah dipilih oleh Kementerian Pariwisata untuk dijadikan destinasi wisata halal. Keputusan ini tidak

terlepas dari alasan yang jelas. Sebagai *Home of Melayu*, Riau kaya akan budaya, adat istiadat, dan kesusasteraan yang sangat dipengaruhi oleh ajaran Islam, terbukti dari huruf Arab Melayu dan buku Tunjuk Ajar Melayu. Selain itu, situs-situs bersejarah seperti kerajaan Melayu Riau, seperti kerajaan Siak, menegaskan peran Islam dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, pemerintahan, dan organisasi di wilayah provinsi Riau. Dengan letak geografisnya yang berbatasan langsung dengan Malaysia, Brunei Darussalam, dan Singapura, provinsi Riau memiliki potensi untuk dikembangkan melalui berbagai kerjasama ekonomi, termasuk dalam sektor pariwisata (Suryani & Bustamam, 2021).

Penelitian ini menggali hubungan antara tingkat literasi pariwisata halal dan minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Provinsi Riau serta mempertanyakan apakah perilaku wisatawan menjadi pengantar dalam hubungan tersebut. Dilanjutkan dengan eksplorasi tentang bagaimana tingkat literasi pariwisata halal memengaruhi perilaku wisatawan dalam memilih destinasi wisata halal di Provinsi Riau, serta apakah ada perbedaan dalam minat berkunjung ke destinasi tersebut berdasarkan tingkat literasi pariwisata halal. Tidak hanya itu, penelitian juga meneliti perbedaan minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Provinsi Riau antara wisatawan Muslim dan non-Muslim. Dengan menitikberatkan pada interaksi antara tingkat literasi, perilaku, dan minat berkunjung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan industri pariwisata halal dan peningkatan potensi pariwisata di Indonesia, khususnya di Provinsi Riau.

Dalam konteks pariwisata halal, penting untuk melakukan uji keberlanjutan teori tersebut dan mengidentifikasi relevansinya jika diterapkan pada masyarakat Riau. Jika teori tersebut terbukti benar, maka perlu merumuskan model atau konsep yang sesuai untuk mengembangkan pariwisata halal, dan memahami harapan masyarakat terhadap manfaat yang akan mereka peroleh dari pengembangan ini. Acuan dari *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang diulas dalam berita Sindonews (2016) menyajikan tiga kriteria kelompok wisata halal. Pertama, mencakup destinasi yang bersahabat bagi keluarga dengan fokus pada keamanan umum bagi wisatawan Muslim dan jumlah kedatangan mereka. Kedua, menitikberatkan pada layanan dan fasilitas yang bersahabat dengan prinsip-prinsip Muslim di destinasi. Ketiga, menggarisbawahi kesadaran akan halal dan upaya pemasaran destinasi. Selain pemahaman mengenai konsep yang akan diterapkan, diperlukan juga pemahaman mendalam mengenai harapan masyarakat terhadap keuntungan atau manfaat yang akan mereka peroleh dari pengembangan pariwisata halal yang diinisiasi oleh pemerintah (Awwal & Rini, 2019).

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji keberlanjutan teori pariwisata halal dalam konteks masyarakat Riau. Hal ini bertujuan untuk merumuskan model atau konsep yang sesuai untuk pengembangan pariwisata halal, serta memahami harapan masyarakat terhadap manfaat yang dapat mereka peroleh

dari pengembangan tersebut. Penelitian ini juga akan *menggunakan Global Muslim Travel Index (GMTI)* sebagai acuan untuk mengevaluasi potensi pariwisata halal di Provinsi Riau, dengan fokus pada tiga kriteria utama yang telah ditetapkan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami harapan masyarakat terhadap keuntungan atau manfaat yang akan mereka dapatkan dari pengembangan pariwisata halal yang diinisiasi oleh pemerintah, sesuai dengan pemahaman mengenai konsep yang akan diterapkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Periwisata Halal

Menurut Pleanggra (2012), pariwisata halal adalah perjalanan yang bertujuan untuk mencapai kepuasan, mengatasi kelelahan, memperbaiki kesehatan, melakukan ziarah, atau memenuhi suatu tugas. Dalam konteks hukum syariah Islam, istilah "halal" berarti "diperbolehkan" (Battour dalam Manara, 2018). Alim et.al (t.t) menyatakan bahwa pariwisata halal selalu mengutamakan nilai-nilai keislaman dalam semua kegiatannya. Wisata halal merupakan inisiatif dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) untuk mewujudkan wisata syariah di Indonesia. Pada peluncuran wisata syariah, yang bersamaan dengan Indonesia Halal Expo (Index) 2013 dan *Global Halal Forum* pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Semeru Room, Lantai 6, Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Kemayoran, Jakarta Pusat, Muhammad Munir Caudry, Presiden Islamic Nutrition Council of America, menyatakan bahwa "Wisata halal adalah konsep baru dalam pariwisata. Ini bukanlah jenis wisata religi seperti umroh atau haji. Wisata halal adalah bentuk pariwisata yang mengakomodasi liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pelancong Muslim." (Wuryasti, 2013).

### Literasi Halal

Literasi merupakan suatu peristiwa sosial yang memerlukan keterampilan khusus dalam menyampaikan atau mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan. Esensi literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, melainkan juga melibatkan kemampuan berpikir kritis dalam memahami berbagai bidang (Damayantie, 2018). Literasi memiliki potensi untuk membentuk masyarakat yang kritis dan berpengetahuan (The Literacy and Numeracy, 2009). Literasi melibatkan interpretasi atau konsepsi seseorang terhadap apa yang telah dibaca atau didengar, serta melibatkan kolaborasi antara penyedia informasi dan penerima informasi agar informasi dapat diterima dan diinterpretasikan dengan benar. Bahkan, literasi juga mencerminkan kemampuan dalam memecahkan masalah, di mana individu berusaha untuk mempertimbangkan berbagai informasi yang diterima guna mencapai kesimpulan (Kern, 2000).

Kajian industri halal dapat tersosialisasi dengan baik melalui literasi. Meski demikian, faktanya faktor rendahnya literasi masyarakat terhadap ekonomi syariah

juga menghambat industri halal salah satunya wisata halal (Hartomo., 2022). Minimnya literasi tersebut juga dianggap sebagai penghambat perkembangan wisata halal yang sejatinya memiliki potensi teramat besar. Pasalnya banyak pelaku usaha yang enggan menerapkan konsep halal tourism disebabkan kesalahpahaman persepsi tentang kata halal, dengan mengadopsi konsep tersebut dianggap ingin “mensyariahkan” lokasi wisata. Faktanya yang dimaksudkan halal tourism adalah lokasi wisata dapat ramah terhadap turis muslim dengan menyediakan layanan syariah, restoran halal, dan tempat shalat (Purnamasari 2021). Terlebih lagi UMKM, dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 dari sisi industri, industri halal memiliki kelemahan seperti rendahnya pengetahuan mengenai peluang dan kebutuhan pasar halal (Priantina & Sapian., 2023).

Konsep literasi mencakup keterampilan seseorang dalam mengenali, menginterpretasikan, memahami, dan mengelola informasi pengetahuan untuk memastikan kelangsungan hidup (Elkasysyaf & Hartati., 2021). Seiring berjalannya waktu, definisi literasi semakin meluas, mencakup pengetahuan dan pemahaman manusia terhadap berbagai hal. Penggunaan istilah literasi semakin umum, terutama setelah banyak orang mengaitkannya dengan bidang tertentu seperti keuangan. Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang untuk memahami aspek-aspek keuangan yang membantu mengatasi permasalahan keuangan dalam kehidupannya. Selanjutnya, ada pula literasi ekonomi syariah yang mengandung arti pemahaman terhadap aspek-aspek ekonomi syariah, termasuk regulasi dan produk layanannya (Pardiansyah & Najib., 2023).

Peran literasi sangat penting mendukung perkembangan sebuah industri, tidak terkecuali industri halal. Literasi dalam industri halal, dikaitkan dengan literasi halal. Menurut Salehudin., (2010) literasi Halal dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diperbolehkan (halal) dan yang dilarang (haram) yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah). Konstruksi literasi Halal yang baru dikonseptualisasikan ini merupakan variabel potensial dalam menjelaskan varians kepatuhan terhadap perintah halal konsumen Muslim. Selanjutnya, pengukuran literasi halal dapat dilakukan dengan evaluasi diri dan berbasis tes. Evaluasi diri untuk mengukur literasi yang dirasakan sedangkan berbasis tes untuk mengemukakan kondisi aktual literasi seseorang.

### **Theory of Planned Behaviour**

Penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) untuk menyusun kerangka penelitian. *Theory of Planned Behavior* (TPB) umumnya digunakan untuk menyelidiki perilaku seseorang, selaras dengan tujuan utama penelitian ini, yaitu untuk mengeksplorasi faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat dalam berwisata di pariwisata halal. Pada Penelitian Sebelumnya model TPB telah diuji oleh Wang et al. (2017), yang menegaskan

kesesuaiannya karena kapasitas penjelasnya yang kuat dalam memprediksi niat. Selain itu, model TPB adalah teori yang diakui secara luas dan banyak digunakan dalam studi sosial (Barba-Sanchez et al., 2022; Ogiemwonyi, 2022; Luu, 2019). Sesuai dengan rekomendasi Ajzen (1991), *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioural Control* merupakan sebagai faktor penentu signifikan pada niat berperilaku.

Dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)* faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku tertentu adalah sikap individu (*Attitude*), norma subjektif (*Subjective Norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioural Control*) (Ajzen, 1987, 1991). TPB berpendapat bahwa niat berperilaku berfungsi sebagai pendahulu langsung dari perilaku sebenarnya. Ajzen (1991) juga berpendapat bahwa individu berniat untuk melakukan suatu perilaku ketika mereka memiliki evaluasi positif terhadap perilaku tersebut, ketika individu menerima tanggapan dari masyarakat yang baik, dan menganggapnya berguna dan memiliki banyak peluang untuk penerapannya. Akhirnya, niat berperilaku dianggap sebagai sesuatu yang diinternalisasikan dari pro dan kontra yang diantisipasi terkait dengan perilaku yang akan datang. Ajzen menekankan bahwa niat berperilaku berfungsi sebagai kekuatan pendorong di balik terlaksananya perilaku yang dimaksudkan (Ajzen, 1985, 1987).

### **Minat**

Minat dapat diartikan sebagai perhatian yang intens dan mendalam, disertai perasaan senang terhadap suatu kegiatan, yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut secara sukarela (Lilawati dalam Zusnani, 2013). Minat mencerminkan kecenderungan batin seseorang terhadap suatu hal, seringkali disertai dengan perasaan senang, karena merasa terdapat kepentingan terhadap hal tersebut (Mulyana, 2013). Minat seseorang berasal dari dirinya sendiri tanpa adanya dorongan atau perintah dari pihak lain (Nurkhan, 2005). Minat untuk melakukan kunjungan ulang merujuk pada niat seseorang untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang (Puspitasari, 2021). Menurut penelitian Baker dan Crompton (2000), terdapat keterkaitan yang kuat antara minat untuk melakukan kunjungan ulang dengan kepuasan wisatawan. Bahkan, wisatawan cenderung memberikan rekomendasi kepada rekan dan koleganya melalui word of mouth jika mereka merasa senang dan puas dengan pengalaman wisata mereka. Basiya dan Rozak (2012) mengemukakan dua indikator yang digunakan untuk mengukur minat berkunjung kembali yaitu:

- a. Minat untuk berkunjung kembali
  - b. Wisatawan ingin mengulangi pengalaman berwisata pada destinasi tersebut.
  - c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- Wisatawan secara rela dan sadar memberikan rekomendasi kepada sanak saudara atau relasi tentang pengalaman berwisata di suatu destinasi wisata.

## **Sikap**

Sikap adalah kecenderungan untuk memberikan respons yang dapat bersifat positif atau negatif terhadap suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Sikap didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh yang memungkinkan seseorang memberikan respons, baik yang bersifat menguntungkan maupun tidak menguntungkan, terhadap obyek yang dievaluasi (Wahyuni, 2008). Sikap adalah respons terhadap objek atau situasi yang cenderung stabil, yang melibatkan perasaan khusus, dan memberikan dasar bagi seseorang untuk merespon atau berperilaku sesuai dengan pilihan mereka (Mulyana, 2013). Menurut pandangan Robbin (2003) dalam Rusdan dkk (2014), sikap merupakan suatu pernyataan atau pertimbangan evaluatif terhadap objek, individu, atau kejadian, baik yang bersifat positif maupun negatif. Di sisi lain, Keitner (2001) dalam Rusdan dkk (2014) mendefinisikan sikap sebagai kecenderungan konsisten dalam memberikan respons mendukung atau tidak mendukung terhadap objek, individu, atau situasi tertentu. Pembentukan sikap seseorang dapat melibatkan akumulasi pengetahuan yang membentuk keyakinan dan pendapat, pengaruh perasaan dan emosional yang mendorong tindakan, serta perilaku yang tercermin dalam respons tertentu. Oleh karena itu, ada tiga elemen utama dalam sikap, yaitu unsur kognitif, afektif, dan perilaku. Sikap dapat tercermin dalam perilaku positif atau negatif seseorang terhadap suatu kejadian (Rusdan dkk, 2014).

## **Penelitian Terdahulu**

Dengan tujuan kesejahteraan masyarakatnya, pengembangan pariwisata halal di Indonesia melalui pendekatan '*place attachment*' dan teori '*value-belief-norm*' telah dilakukan (Ike, 2023). Studi ini mengintegrasikan '*place attachment*' dan teori '*value-belief-norm*' untuk memperkaya riset pariwisata dalam domain pariwisata halal. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ketergantungan Tempat dan Identitas Tempat berperan sebagai mediator utama antara Manfaat yang Dirasakan dan Kekhawatiran yang Dirasakan terhadap Sikap terhadap pengembangan pariwisata halal. Manfaat yang Dirasakan memberikan dampak positif pada sikap terhadap pengembangan pariwisata halal, sementara Kekhawatiran yang Dirasakan memiliki dampak negatif. Penelitian ini memberikan kontribusi berharga pada penelitian pariwisata dengan mengintegrasikan dua konsep, yaitu Tempat Keterikatan dan Nilai-Norma-Keyakinan, dalam konteks pariwisata halal. Kontribusi empiris dari penelitian ini adalah pengembangan model yang dapat diterapkan di wilayah lain.

"A bibliometric analysis of Halal and Islamic tourism" (Syed and kumar, 2021) - Studi ini menghadirkan ringkasan literatur tentang pariwisata halal dan Islam dari tahun 2004 hingga 2021, dengan menekankan kebutuhan akan penyelidikan lebih lanjut terhadap konsep pariwisata halal. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa

database Scopus mencakup 151 (34,40%) dokumen tentang bisnis, manajemen, dan akuntansi, serta 89 (20,27%) dokumen tentang ilmu sosial. Dilaporkan bahwa terdapat 29 dokumen yang diterbitkan pada tahun 2018, diikuti oleh 54 dokumen pada tahun 2019 dan 56 dokumen pada tahun 2021. Malaysia telah berkontribusi dengan 86 dokumen mengenai pariwisata Islam, sementara Indonesia telah menyumbangkan 64 dokumen.

Past, Present, and Future Perspectives on The Concept of Halal Tourism (ISOT 2018)" (Ani wijayanti et al., 2019) - Sebuah penelitian yang menyelidiki dan memberikan pengertian tentang konsep pariwisata halal, dengan menyoroti perkembangannya serta pentingnya bagi kedua jenis wisatawan, Muslim dan non-Muslim, untuk dapat menikmati produk halal di masa depan. Studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang konsep pariwisata halal melalui tinjauan literatur yang beragam dan analisis data untuk menyimpulkan secara umum. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa konsep pariwisata halal pada masa lampau cenderung membatasi, sementara pada masa kini cenderung inklusif, dan di masa depan akan menjadi universal. Di masa depan, konsep pariwisata halal akan menjadi kebutuhan bagi kedua jenis wisatawan, Muslim dan non-Muslim, untuk menghargai warisan lokal, menikmati produk halal yang aman, dan menghormati nilai-nilai sosial-budaya.

"The contestation of meaning of halal tourism" (Slamet et al., 2022) - Studi ini mengeksplorasi berbagai interpretasi dan pemahaman tentang pariwisata halal, dengan menekankan implikasinya dalam hal pertumbuhan ekonomi, agama, politik, dan sudut pandang sosial. Hasil studi menunjukkan bahwa pariwisata halal telah diinterpretasikan dan dipahami dengan berbagai cara, dan hal ini bergantung pada posisi struktural dari masing-masing kelompok.

"Exploring halal tourism tweets on social media" (ali et al., 2021) - Studi ini mengisi kesenjangan dengan menjelajahi data besar tentang pariwisata halal di media sosial, menyoroti penggunaan media sosial untuk mengumpulkan volume data yang lebih besar dengan kecepatan yang lebih cepat. Hasil penelitian ini adalah bahwa pariwisata halal adalah pasar global dan tidak hanya terbatas pada negara-negara Muslim. Oleh karena itu, para pemangku kepentingan industri seharusnya memanfaatkan peluang untuk menggunakan media sosial untuk keuntungan mereka dalam mempromosikan paket-paket pariwisata halal mereka karena ini adalah metode komunikasi yang efektif pada dekade ini.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengembangan dan pemahaman pariwisata halal. Penelitian-penelitian ini telah menginvestigasi berbagai aspek pariwisata halal, termasuk konseptualisasinya, kebutuhan dan kekhawatiran wisatawan Muslim, peluang ekonomi yang tersedia, serta penafsiran pariwisata halal di berbagai negara. Penelitian tersebut juga telah menyoroti pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan kriteria yang mendasari pariwisata halal. Beberapa penelitian telah dilakukan di berbagai

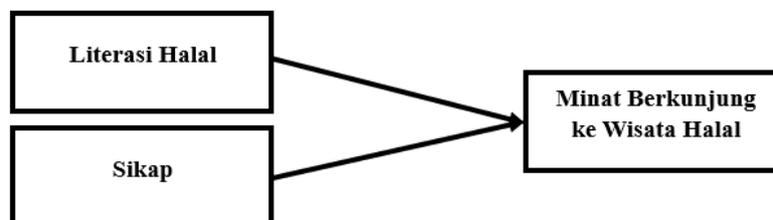
negara seperti Indonesia, Malaysia, dan Mesir, dan telah menekankan signifikansi pariwisata halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memenuhi tuntutan pariwisata yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Kesenjangan penelitian dalam domain pariwisata halal dan Islam telah diidentifikasi, dan studi-studi mendatang didorong untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang area ini serta untuk mengatasi perbedaan lintas negara. Penelitian tersebut juga menyoroti pentingnya peran media sosial dalam eksplorasi data besar mengenai pariwisata halal, karena memungkinkan pengumpulan volume data yang lebih besar dengan kecepatan yang lebih tinggi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) karena metode tersebut mempunyai kemampuan untuk menjalankan model hubungan efek yang sangat kompleks dengan variabel laten (Hair et al., 2014). Oleh karena itu, temuannya juga dapat diandalkan dan terbukti secara statistik. Di samping itu penelitian ini juga menggunakan model *Theory Planned Behaviour* (TPB), di mana Tingkat Literasi Halal, dan Sikap merupakan variabel bebasnya. Berdasarkan literatur maka hipotesis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

**Hipotesis 1 (H<sup>1</sup>):** Terdapat hubungan positif antara Tingkat Literasi Halal dan Minat masyarakat dalam berkunjung ke destinasi wisata halal di provinsi Riau.

**Hipotesis 2 (H<sup>2</sup>):** Terdapat hubungan positif antara Sikap dan Minat masyarakat dalam berkunjung ke destinasi wisata halal di provinsi Riau.



Gambar 1. Research Framework

## Data

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Tongco (2007), teknik *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel non-probabilitas yang sangat efektif ketika diperlukan untuk mempelajari suatu domain budaya tertentu dengan melibatkan para ahli yang berpengalaman di bidang tersebut. Ciri yang terlihat dari teknik *purposive sampling* yaitu harus memenuhi kriteria tertentu dalam pengambilan sampel pada responden.

Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada masyarakat di Provinsi Riau dari berbagai institusi. Kuesioner ini dirancang melalui *Google Form* khusus untuk menerima tanggapan dari responden yang memiliki pengalaman berinvestasi. Untuk

memastikan analisis yang tepat waktu terhadap tanggapan, periode pengumpulan data untuk penelitian ini diberikan selama satu pekan, yaitu dari tanggal 15 Desember 2023 hingga 24 Januari 2024. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100 kuesioner, ditemukan dapat digunakan untuk analisis akhir. Hal ini diakhiri dengan tingkat responden 100%.

## HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa seluruh hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Oleh karena itu dapat diartikan seluruh hipotesis yaitu  $H^1$  dan  $H^2$  menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh positif antara literasi halal, sikap dan minat berkunjung terhadap wisata halal. Artinya semakin baik literasi masyarakat terhadap wisata halal maka semakin baik pula sikap masyarakat terhadap wisata halal. Begitu pula sebaliknya, semakin baik sikap masyarakat terhadap wisata halal maka semakin tinggi pula minat berkunjung terhadap wisata halal. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa masyarakat memiliki literasi bahwa wisata halal merupakan wisata yang mempunyai sarana ibadah, seperti mushola yang bersih dan selalu mengumandang azan, serta tempat wudhu dan kamar mandi terpisah untuk pria dan wanita. wanita.

Pariwisata halal idealnya memenuhi kriteria Global Muslim traveler Index (GMTI). Namun hasil penelitian ini menunjukkan sikap masyarakat terhadap wisata halal lebih berpandangan pada pengembangan fasilitas. Selain itu, wisata halal juga memberikan manfaat bagi masyarakat, seperti membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, membantu mengembangkan sektor usaha lainnya, mengurangi kejahatan sosial, memperkuat kebudayaan, dan meningkatkan citra di Provinsi Riau

### *Demografis Analisis*

Data demografi ini memberikan informasi tentang jenis kelamin, usia, dan tempat tinggal responden. Detail data demografi dapat ditemukan pada tabel 1 yang disajikan berikut ini:

**Tabel 1. Demografis Analisis**

		Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	54	54,00%
	Perempuan	46	46,00%
	Total	100	100%
Usia	16-20 Tahun	21	21,00%
	21-25 Tahun	57	57,00%
	25-30 tahun	22	22,00%
	Total	100	100%
Domisili	Riau	100	100,00%
	Total	100	100%

Kisaran Pendapatan	>1.000.000	51	51,00%
	1.000.000-5.000.000	34	34,00%
	<5.000.000	15	15,00%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Analisis demografi terhadap 100 data yang dapat digunakan dan juga disajikan pada Tabel 1. Di antaranya, terdapat 54 (54,00%) responden berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 46 (46,00%) responden berjenis kelamin perempuan. Selain itu, mayoritas responden berusia antara 21-25 tahun (57,00%). Dilihat dari domisili, mayoritas responden merupakan berdomisili di Riau (100,00%). Yang terakhir, sebagian besar responden (51,00%) berada pada kisaran pendapatan kurang dari Rp.1.000.000.00.,

### *Evaluasi Model Pengukuran*

Analisis data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Berki-Kiss dan Menrad (2022), Ogiemwonyi (2022), Moon (2021), dan Baber (2020) juga menggunakan SmartPLS 3.0 untuk membangun model penjelasan dengan menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Untuk mengevaluasi konstruk validitas dan reliabilitas, pada penelitian ini menerapkan ambang batas tertentu di antaranya nilai *Outer Loadings* sebesar (0,708), *Composite Reliability* (CR) sebesar (0,700), dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar (0,50) seperti yang disarankan oleh Hair et al. (2019).

Setelah dianalisis, pada indikator INT1 dikeluarkan dari penelitian karena kegagalannya memenuhi ambang batas pada nilai *Outer Loadings*. Selain itu, indikator INT1 juga tidak memenuhi kriteria *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) (<0,90) seperti yang direkomendasikan oleh Henseler et al. (2015). Tabel 2 menyajikan model pengukuran akhir, yang menunjukkan bahwa model tersebut dapat diandalkan dan menunjukkan validitas konvergen yang valid.

**Tabel 2. Measurement Model**

		Indicators	Outer Loadings	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
1.	Literasi Halal (X1)	LH1	0.914	<b>0,909</b>	0,714
		LH2	0.828		
		LH3	0.848		
		LH4	0.785		
2.	Attitude (X2)	ATT1	0.827	<b>0,913</b>	0,637
		ATT2	0.759		
		ATT3	0.811		
		ATT4	0.819		
		ATT5	0.775		
		ATT6	0.795		

3.	Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	INT2	0.719	<b>0,886</b>	0,661
		INT3	0.839		
		INT4	0.859		
		INT5	0.829		

Sumber: Data Primer diolah, 2024

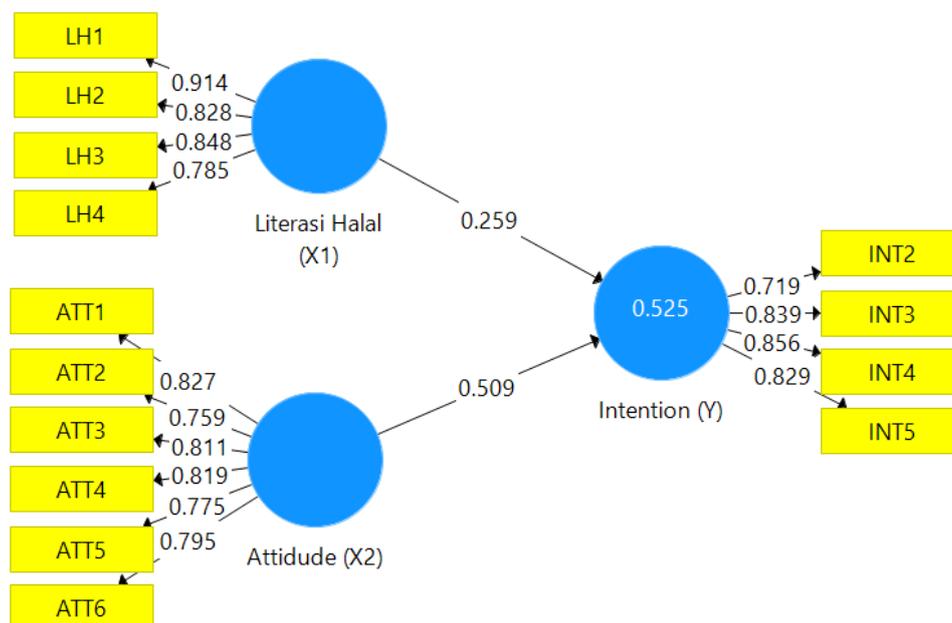
Selanjutnya dilakukan uji validitas diskriminan untuk menilai isi dan substansi konstruk. Tabel 3 menggambarkan bahwa model memenuhi kriteria HTMT (<0,90) yang menegaskan validitas diskriminannya (Henseler et al., 2015).

**Tabel 3. Discriminant Validity**

	Attitude (X2)	Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	Literasi Halal (X1)
Attitude (X2)	0,797		
Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	0,714	0,782	
Literasi Halal (X1)	0,749	0,632	0,845

Sumber: Data Primer diolah, 2024

### Penilaian Model Struktural



**Gambar 2. Structural Model**

Model struktural digambarkan pada Gambar 2, dan berbagai penilaian telah dilakukan untuk mengevaluasinya. Dalam hal lateral collinearity, evaluasi dilakukan menggunakan inner VIF dengan nilai ambang batas di bawah (>5) seperti yang

direkomendasikan oleh Sarstedt et al. (2021). Tabel 4 menunjukkan bahwa tidak ada satu pun nilai inner VIF yang berada di bawah 5, yang mengarah pada kesimpulan bahwa tidak ada masalah lateral collinearity di antara konstruk-konstruk dalam penelitian ini.

**Tabel 4. Lateral Collinearity**

	Attitude (X2)	Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	Literasi Halal (X1)
Attitude (X2)		2,304	
Intention in Visiting Halal Tourism (Y)			
Literasi Halal (X1)		2,304	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Di sisi lain, kekuatan penjas model dinilai, seperti disajikan pada Tabel 5. Nilai R<sup>2</sup> untuk Intention in Visiting Halal Tourism (Y) adalah 0,531 menunjukkan bahwa variabel independen (Literasi Halal (X1), dan Attitude (X2)) dapat mencapai 53,10% varians dalam variabel dependen (Intention). Secara spesifik nilai R<sup>2</sup> merupakan minat berkunjung pada wisata halal adalah sebesar 0,531 yang menunjukkan bahwa variabel independen (Literasi Halal (X1), dan Attitude (X2)) dapat menjelaskan 53,10% indikator pada variabel dependen (Intention in Visiting Halal Tourism (Y)). nilai R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa model tersebut cukup efektif dalam memprediksi pengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata halal

**Tabel 5. Assesement of Explanatory Power**

	R Square
Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	0,531

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasilnya juga menunjukkan bahwa sikap memiliki ukuran pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan Literasi halal. Selain itu, sikap (*Attitude*) memiliki dampak signifikan terhadap minat berkunjung pada wisata halal (Sarstedt et al., 2021). Tabel 6 memberikan ringkasan *effect size* ( $f^2$ ) untuk setiap variabel.

**Tabel 6. Effect Size, F<sup>2</sup>**

	Intention in Visiting Halal Tourism (Y)
Attitude (X2)	0,237
Intention in Visiting Halal Tourism (Y)	
Literasi Halal (X1)	0,062

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Selanjutnya, evaluasi estimasi jalur dalam model struktural melibatkan penerapan analisis *Bootstrapping* untuk menentukan signifikansi statistik dari koefisien jalur. Dalam penelitian ini, 100 sampel digunakan untuk menghasilkan

koefisien jalur dan nilai t yang sesuai (Streukens dan Leroi-Werelds, 2016). Tabel 7 merangkum hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diuji ( $H^1$  dan  $H^2$ ) adalah signifikan dengan nilai P-value  $\geq 1,645$  dan signifikan pada tingkat signifikansi 0,05.  $H1$  dan  $H2$  menyimpulkan bahwa Literasi Halal dan perilaku wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisata halal.

**Tabel 7. Summary of Hypothesis Testing**

Hypothesis	Relationship	Beta	Standar Error	P Values
<b>H1</b>	LH (X1) -> INT (Y)	0,549	0,078	0,000
<b>H2</b>	ATT (X2) -> INT (Y)	0,230	0,086	0,010

Sumber: Data Primer diolah, 2024

## IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

### Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa variabel Literasi Halal (X1) dan Sikap (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung terhadap wisata halal. Secara bersamaan, Temuan ini menunjukkan bahwa Literasi Halal dan Sikap masyarakat mempengaruhi minat berkunjung terhadap wisata halal secara positif. Khususnya, penelitian ini secara unik berfokus pada variabel literasi halal sebagai elemen penting dalam mengeksplorasi kesediaan masyarakat untuk berkunjung pada wisata halal.

### Implikasi Praktis

Temuan ini mungkin menyarankan para pelaku kegiatan maupun pemangku kebijakan untuk lebih fokus dalam mempromosikan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata halal sehingga akan menciptakan sikap positif di kalangan masyarakat terhadap berkunjung pada wisata halal. Selain itu, para pelaku kegiatan maupun pemangku kebijakan juga harus sering memperbarui kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata halal sehingga masyarakat akan memberikan sikap yang lebih baik terhadap minat berkunjung pada wisata halal serta secara tidak langsung literasi halal juga dapat tercipta dengan kontrol yang lebih baik terhadap informasi yang berkaitan dengan pariwisata halal.

Pemangku kebijakan juga memainkan peran penting dalam mempromosikan aktivitas pariwisata halal di kalangan masyarakat terutama pada masyarakat Provinsi Riau. Partisipasi masyarakat akan menjamin keberlanjutan pariwisata halal. Dengan melakukan promosi, pemangku kebijakan juga dapat menarik investasi asing langsung untuk berinvestasi pada pariwisata-pariwisata halal di Indonesia terutama pada Provinsi Riau. Selain itu, pemangku kebijakan dapat memberikan lebih banyak insentif seperti pembebasan pajak di kalangan masyarakat untuk mendorong lebih banyak masyarakat berkunjung pada pariwisata halal.

Secara tidak langsung hal ini dapat meningkatkan dan merangsang minat di kalangan masyarakat untuk berkunjung pada pariwisata halal. Selain itu, temuan

tersebut juga menunjukkan bahwa kemungkinan masyarakat untuk dapat mengendalikan minat berkunjung pada pariwisata halal, semakin besar tingkat literasi halal terhadap minat. Hubungan positif antara tingkat literasi halal dan sikap untuk berkunjung pada pariwisata halal, pada penelitian ini sikap sebagai variabel kunci dari minat masyarakat untuk berkunjung pada pariwisata halal. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan citra positif pada pariwisata halal untuk memastikan keberlanjutan pariwisata halal di Indonesia terutama pada Provinsi Riau. Temuan ini mungkin disebabkan oleh kelompok usia responden yang sebagian besar berusia antara 21-25 tahun sehingga mereka memandang prospek pariwisata halal yang lebih baik di masa depan. Para pelaku kegiatan maupun pemangku kebijakan harus mempromosikan kegiatan pariwisata halal kepada masyarakat untuk menciptakan kesadaran di masyarakat secara luas. Penyelenggaraan kampanye, road show, dan pameran merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan unsur kepercayaan di kalangan masyarakat. Selain itu, lebih banyak kolaborasi antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat dalam penetapan kebijakan agar dapat mendorong minat masyarakat berkunjung pada pariwisata halal. Kebijakan seperti pembebasan pajak akan mendorong lebih banyak masyarakat berkunjung pada pariwisata halal.

## **SIMPULAN**

Secara keseluruhan, penelitian ini juga bertujuan memberikan nilai tambah pada SDGs untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, kemajuan pariwisata halal, dan penciptaan lapangan kerja. Secara empiris, penelitian ini menunjukkan pentingnya variabel literasi halal dan sikap untuk menjamin keberlanjutan pasar modal. Penelitian sebelumnya juga menemukan konsisten dengan hasil yang dianalisis dari penelitian ini dimana unsur sikap berpengaruh positif terhadap niat (Sari et al., 2019; Marswandi et al., 2023). Oleh karena itu, hal ini menunjukkan pentingnya sikap dalam menentukan minat terhadap masyarakat yang berkunjung pada pariwisata halal. Selain itu, meningkatkan literasi halal antar masyarakat berpengaruh positif terhadap minat berwisata pada pariwisata halal. Oleh karena itu, untuk mempromosikan pariwisata halal di kalangan masyarakat tentunya sangat penting untuk membangun unsur minat berwisata pada pariwisata halal di kalangan masyarakat dengan mengorganisir lebih banyak kegiatan-kegiatan yang terkait dengan pariwisata halal. Selain itu, pembuat kebijakan juga dapat mempertimbangkan untuk memberikan insentif tambahan kepada mereka yang berwisata di pariwisata halal sehingga masyarakat dapat memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sekunder (berwisata) dan mencapai destinasi wisata yang berkelanjutan tanpa mengorbankan kesejahteraan manusia.

## **Keterbatasan dan Rekomendasi**

Untuk membangun model penjelasan mengenai persepsi masyarakat terhadap kesediaan mereka berwisata pada pariwisata halal adalah tujuan utama dari

penelitian ini. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, faktor motivasi statis yang diadopsi dari teori perilaku terencana dibiarkan tanpa mempertimbangkan faktor motivasi lainnya mungkin tidak bersifat holistik untuk mengidentifikasi faktor tersebut (McEachan et al., 2011). Faktor eksternal seperti insentif pemerintah, pembebasan pajak disarankan untuk penelitian selanjutnya guna mengidentifikasi faktor motivasi internal dan eksternal yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berwisata pada pariwisata halal. Kedua, alokasi waktu kurang lebih satu bulan untuk mengumpulkan tanggapan mungkin tidak cukup untuk mencakup berbagai jenis responden berdasarkan lokasi. Oleh karena itu, disarankan untuk mengalokasikan waktu lebih lama untuk mengumpulkan lebih banyak tanggapan. Terakhir, penyebaran kuesioner online mungkin tidak menjangkau responden dengan jangkauan jaringan terbatas. Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mencakup kuesioner distribusi fisik dan online untuk membangun model penjelasan mengenai persepsi masyarakat terhadap kesediaan mereka berwisata pada pariwisata halal adalah tujuan utama dari penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behaviour*. Amerika Serikat: University of Massachusetts at Amherst.
- Al Aziz, A., Indra, I., & Tarmizi, E. (2023). Faktor Penentu Generasi Milenial Di Jabodetabek Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(8), 1419-1430.
- Amzal, C., Rahmadita, A., & Noven, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatra Barat (Studi Kasus Wisatawan Muslim Milenial Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1318-1326.
- Awwal, M. A. F., & Rini, D. W. S. (2019). Perbandingan pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat untuk mengunjungi destinasi pariwisata halal pada lima Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata*, 6(1), 157-182.
- Arrahman, A., & Yanti, I. (2022). Halal Industry in Javanese Culture; Yogyakarta Regional Government Policy in obtaining its economic values. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 16(1), 151-174. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v16i1.151-174>
- Baber, H. (2020). *Intentions to participate in political crowdfunding-from the perspective of civic voluntarism model and theory of planned behavior*. *Technology in Society*, 63, 101435.
- Berki-Kiss, D., & Menrad, K. (2022). *The role emotions play in consumer intentions to make pro-social purchases in Germany—An augmented theory of planned behavior model*. *Sustainable Production and Consumption*, 29, 79-89.

- Bustamam, N., & Suryani, S. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2).
- Damayantie, A. R. (2015). Literasi dari era ke era. Sasindo: *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1).
- Elkasysyaf, E., & Hartati, N. (2021). Pengaruh Literasi Produk Halal dan Daya Tarik Habel Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2), 46-75.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Hartomo, Giri. 2022. "Wisata Halal RI Masih Terganjil Karena Minimnya Literasi Masyarakat." Idx Channel. (<https://www.idxchannel.com/syariah/wisata-halal-ri-masih-terganjal-karena-minimnya-literasi-masyarakat>)
- Haryono, J., Lasut, F. M. O., & Djati, S. P. (2023). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Berkunjung ke Objek Wisata LEmbah HARau Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(1), 150-163.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
- Kern, R. (2000). *Literacy and language teaching*. Oxford University Press.
- Mardhatillah, R. S. I. (2020). : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Wisatawan pada Bisnis Halal di Kawasan Wisata Halal di Bukittinggi (*Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta*).
- Marswandi, E. D. P., Sudiarta, H., & Furkan, L. M. (2023). Analisis Prefrensi Wisatawan terhadap Minat Pariwisata Halal di Pulau Lombok. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3560-3567.
- McEachan, R. R. C., Conner, M., Taylor, N. J., & Lawton, R. J. (2011). Prospective prediction of health-related behaviours with the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *Health psychology review*, 5(2), 97-144.
- Moon, S. J. (2021). Investigating beliefs, attitudes, and intentions regarding green restaurant patronage: An application of the extended theory of planned behavior with moderating effects of gender and age. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102727.
- Mulyana, Aina ... Soleh Hidayat dan Sholih. 2013. "Hubungan Antara Persepsi, Minat, dan Sikap Siswa dengan Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Pkn." Dalam *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* Vo. 19 No. 2.
- Indrawan, B., Nurmita, N., Nengsih, T. A., Utami, W., Nasrudin, D., Tanti, T., Deliza, D., Ferawati, R., Syafitri, R., & Santoso, P. (2022). The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student's Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4(1), 26-34.

<https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.13092>

- Nurkhan. 2005. "Pengaruh Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas II Program Keahlian Teknik Mekanik Otomotif SMK Negeri 1 Tulis Batang Tahun Ajaran 2005/2006." *Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.*
- Ogiemwonyi, O. (2022). Factors influencing generation Y green behaviour on green products in Nigeria: An application of theory of planned behaviour. *Environmental and Sustainability Indicators*, 13, 100164.
- Pardiansyah, E., & Najib, M. A. (2023). Determinants of Banten Millennial Generation's Intentions for Halal Tourism After the Covid-19 Pandemic. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 220-240.
- Priantina, A., & Sopian, S. M. (2023). Sertifikasi Halal di Indonesia: Dari Voluntary menjadi Mandatory. *Tasyri': Journal of Islamic Law*, 2(1), 95-118.
- Purnamasari, Deti Mega. 2021. "Wapres: Pengembangan Wisata Halal
- Puspitasari, D. A. K. (2021). Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 45-54.
- Rifai, A. (2015). Partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM) untuk mengukur ekspektasi penggunaan repositori lembaga: pilot studi di UIN syarif hidayatullah jakarta. *Al-Maktabah*, 14(1), 56-65.
- Rusdan dkk (2014), Persepsi dan Sikap Masyarakat Lingkar Gunung Rinjani Terhadap Industri Pariwisata (Suatu Upaya Menyongsong Rinjani sebagai Geopark Dunia), Laporan Penelitian, Magister Manajemen, Univ. Mataram.
- Salehudin, I. (2010). Halal literacy: A concept exploration and measurement validation. *ASEAN Marketing Journal*, 2(1), 1-12.
- 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), 137-156.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
- Tongco, M. D. C. (2007). *Purposive sampling as a tool for informant selection.*
- Wahyuni, Dewi Urip. 2008. "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.10, No. 1.