

# Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Generasi Z Muslim Indonesia terhadap Halal Tourism di Negara Minoritas Muslim. Studi Komparasi: Jepang dan Korea Selatan = Analysis of Factors Influencing Intentions to Visit Generation Z of Indonesian Muslims towards Halal Tourism in Muslim Minority Countries. Comparative Study: Japan and South Korea

Shifa Yuswita Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523722&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Jumlah konsumsi umat Muslim dunia terus meningkat seiring dengan meningkatnya populasi Muslim dunia. Meningkatnya tingkat konsumsi Muslim di dunia turut serta mendorong pertumbuhan industri halal. Salah satu sektor industri halal yang dikembangkan menjadi pasar baru yang menjanjikan adalah sektor pariwisata halal. Negara dengan penduduk mayoritas Muslim dan non-Muslim mulai memanfaatkan peluang dari pasar wisatawan Muslim, termasuk Jepang dan Korea Selatan. Negara-negara dengan populasi Muslim minoritas, seperti Jepang dan Korea Selatan, mungkin memiliki keunggulan kompetitif yang kurang kuat dalam pengembangan pariwisata halal. Namun realitanya, banyak wisatawan Muslim, khususnya wisatawan Muslim Indonesia, yang melakukan kunjungan ke kedua negara tersebut. Pada penelitian ini telah dilakukan studi komparasi antara niat berkunjung generasi Z Muslim Indonesia ke negara Jepang dan Korea Selatan sebagai negara yang berada di Asia Tenggara dengan total populasi Muslim yang minoritas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Halal Awareness, Destination Image, Destination Trust, dan Travel Motivation terhadap Visiting Intention serta melihat pengaruh Religiosity sebagai variabel anteseden. Desain penelitian yang digunakan adalah konklusif deskriptif dengan single cross-sectional design. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan kriteria sampel yaitu, Warga Negara Indonesia, beragama Muslim, berusia 14-26 tahun, dan tertarik dengan Jepang dan atau Korea Selatan. Diperoleh 296 sampel untuk negara Jepang dan 267 sampel untuk Korea Selatan. Data pada penelitian ini diolah menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan software SmartPLS 3.0. Hasil pada penelitian menunjukkan Destination Image, Destination Trust, dan Travel Motivation berpengaruh terhadap Visiting Intention generasi Z Muslim Indonesia ke Jepang dan Korea Selatan. Religiosity mempengaruhi Halal Awareness, Destination Image, dan Travel Motivation ke Jepang dan untuk Korea Selatan Religiosity mempengaruhi Halal Awareness dan Destination Image. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pelaku industri pariwisata di Jepang dan Korea Selatan untuk memaksimalkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan Muslim.

Kata kunci : Pariwisata Halal, Visiting Intention, Religiosity, Jepang, Korea Selatan.

.....Total consumption of world Muslims continues to increase in line with the increase in the world Muslim population. The increasing level of Muslim consumption in the world has contributed to the growth of the halal industry. One of the halal industry sectors that has been developed into a promising new market is the halal tourism sector. Countries with both Muslim and non-Muslim majority populations are starting to take advantage of opportunities from the Muslim tourist market, including Japan and South Korea. Countries with minority Muslim populations, such as Japan and South Korea, may have a less strong competitive

advantage in the development of halal tourism. However, in reality, many Muslim tourists, especially Indonesian Muslim tourists, have visited the two countries. In this research, a comparative study has been carried out between the intention of visiting the Z generation of Indonesian Muslims to Japan and South Korea as countries in Southeast Asia with a total minority Muslim population. This study aims to determine the effect of Halal Awareness, Destination Image, Destination Trust, and Travel Motivation on Visiting Intention and see the effect of Religiosity as an antecedent variable. The research design used is descriptive conclusive with a single cross-sectional design. The method used in this study was purposive sampling with sample criteria namely, Indonesian citizens, Muslim, aged 14-26 years, and interested in Japan and or South Korea. Obtained 296 samples for Japan and 267 samples for South Korea. The data in this study were processed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0 software. The results of the study show that Destination Image, Destination Trust, and Travel Motivation have an effect on the Visiting Intention of generation Z of Indonesian Muslims to Japan and South Korea. Religiosity affects Halal Awareness, Destination Image, and Travel Motivation to Japan and for South Korea Religiosity affects Halal Awareness and Destination Image. The results of this study can be used as a reference for tourism industry players in Japan and South Korea to maximize the factors that can increase interest in visiting Muslim tourists.