



## ABSTRAK

---

Wisata halal telah menjadi topik yang banyak dibahas dalam literatur pemasaran destinasi, namun terdapat kekurangan literatur yang mengupas tentang persepsi wisatawan non-Muslim terhadap wisata halal, serta pengalaman mereka saat berkunjung ke destinasi ramah Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pandangan dan perspektif wisatawan non-Muslim pada generasi Z hingga *baby-boomers* terhadap produk dan layanan di sektor pariwisata halal. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara terhadap sejumlah sampel wisatawan non-Muslim dari generasi Z, generasi Y, generasi X, dan generasi *baby-boomers* yang telah menikmati pelayanan dan produk pada destinasi pariwisata halal dalam periode tertentu di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan non-Muslim menunjukkan minat yang signifikan terhadap produk dan layanan yang mengedepankan kehalalan. Kebersihan tempat, makanan yang halal, dan pelayanan yang sopan menjadi faktor penting yang berpengaruh pada persepsi positif mereka terhadap destinasi pariwisata halal. Dengan memperhatikan preferensi dan kebutuhan wisatawan non-Muslim, para pengelola destinasi pariwisata halal dapat meningkatkan kualitas layanan, menyediakan informasi yang relevan, dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para wisatawan dengan berbagai latar belakang agama dan budaya.

Kata Kunci: Pariwisata, Wisata Halal, Persepsi Wisatawan Non-Muslim

## ABSTRACT

---

Halal tourism has become a topic that has been widely discussed in destination marketing literature, but there is a lack of literature that examines the perceptions of non-Muslim tourists towards halal tourism, as well as their experiences when visiting Muslim-friendly destinations. This study aims to explore the views and perspectives of non-Muslim tourists from generation Z to baby-boomers on products and services in the halal tourism sector. The research method used is interviewing a number of samples of non-Muslim tourists from generation Z, generation Y, generation X, and generation of baby-boomers who have enjoyed services and products at halal tourism destinations in certain periods in Indonesia. The results of the study show that non-Muslim tourists show a significant interest in products and services that prioritize halal. Cleanliness of the place, halal food, and polite service are important factors that influence their positive perception of halal tourism destinations. By paying attention to the preferences and needs of non-Muslim tourists, managers of halal tourism destinations can improve service quality, provide relevant information, and create more satisfying experiences for tourists with various religious and cultural backgrounds.

Keywords: Tourism, Halal Tourism, Perceptions of Non-Muslim Tourists