

## INTISARI

Indonesia merupakan negara dengan jumlah pemeluk Agama Islam terbanyak di dunia, hal ini adalah potensi yang sangat besar bila dimanfaatkan dengan tepat untuk menjadi destinasi utama wisata halal dunia. Indonesia sudah memiliki lembaga yang bertanggungjawab terkait sertifikasi produk halal. Sertifikasi produk halal adalah hal yang sangat penting bagi umat muslim khususnya wisatawan muslim terlebih ketika sedang berpergian di destinasi wisata. Penting tidaknya sertifikasi halal bergantung pada tingkat kesadaran halal dari wisatawan tersebut. Penelitian sebelumnya untuk mengukur tingkat kesadaran halal telah dilakukan baik di Malaysia ataupun Indonesia kepada masyarakat umum.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh sociodemografi dengan kesadaran halal wisatawan yang membeli McDonald's di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengambilan data survey menggunakan pembagian kuesioner daring kepada responden dengan kriteria, beragama islam, berasal dari luar D.I. Yogyakarta, berusia di atas 18 tahun, dan pernah membeli minimal di salah satu dari enam gerai McDonald's yang ada di Provinsi D.I. Yogyakarta. Data yang telah terkumpul, selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif.

Hasil olah data menunjukkan bahwa faktor sociodemografi memiliki hubungan dengan tingkat kesadaran halal wisatawan. Faktor usia dan pengeluaran menjadi faktor sociodemografi yang memiliki hubungan paling kuat dengan variabel-variabel yang ada dalam kesadaran halal. Faktor jenis kelamin dan pekerjaan menjadi faktor sociodemografi yang memiliki hubungan paling lemah dengan variabel-variabel kesadaran halal pada penelitian ini. Variabel Keimanan adalah variabel yang memiliki nilai paling tinggi, sedangkan variabel eksposur adalah yang paling fluktuatif dalam masing-masing provinsi asal wisatawan.

**Kata kunci : sociodemografi, kesadaran, halal, wisatawan, McDonald's.**

## ABSTRACT

Indonesia is a country with the largest number of Muslims in the world, this is a huge potential if properly utilized to become the main destination for world halal tourism. Indonesia already has an institution that is responsible for halal product certification. Halal product certification is very important for Muslims, especially Muslim tourists, especially when traveling in tourist destinations. The importance of halal certification depends on the level of halal awareness of the tourist itself. Previous research to measure the level of halal awareness has been carried out both in Malaysia and Indonesia.

This study aims to find out the level of halal awareness of tourists and how it affects their tendency to make purchasing decisions at McDonald's in D.I. Yogyakarta. This study uses a qualitative method through the distribution of online questionnaires survey data collection method to respondents with criteria, who are Muslim, coming from outside D.I. Yogyakarta, aged over 18 years, and have bought at least one of six McDonald's outlets in Kabupaten Sleman or Yogyakarta City. The test is done by analyzing the data using descriptive statistical methods.

The results show that sociodemographic factors have a correlation with the tourist halal awareness level. Age and expenditure are sociodemographic factors that have the strongest correlation with the variables in halal awareness. Gender and occupation are the sociodemographic factors that have the weakest correlation with the variables forming halal awareness in this study. The faith variable is the variable that has the highest value, while the exposure variable is the most volatile variable in each province.

**Keywords: sociodemographic, halal, awareness, tourist, McDonald's.**