

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas pengunjung di beberapa kawasan wisata pesisir kabupaten Sampang, dikaitkan dengan *halal value* dan kepuasan wisatawan. *Halal value* dikembangkan dalam penelitian ini dengan dasar pemikiran bahwa nilai-nilai agama Islam terutama terkait dengan halal saat ini banyak diteliti para pakar dari berbagai bidang ilmu. Dalam kajian konsep pemasaran, *halal value* menjadi salah satu pertimbangan yang digunakan oleh wisatawan muslim untuk mengkonsumsi atau menggunakan berbagai macam produk, termasuk mengunjungi destinasi wisata.

Kesadaran konsumen muslim yang semakin meningkat dalam menggunakan produk berbasis halal harus direspon oleh pemasar dalam penyediaan produknya. Upaya tersebut bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan tetap dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sehingga akan berpengaruh pada loyalitas mereka. Upaya demikian bisa pula digunakan oleh para pengelola destinasi wisata di kawasan pesisir Kabupaten Sampang dalam menyediakan layanan bagi wisatawan yang berkunjung berbasis pada *halal value*.

Metode penelitian dikembangkan menggunakan pendekatan deskriptif serta verifikatif. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi dan survei. Data yang sudah diperoleh akan dianalisis dengan analisis statistik baik deskriptif maupun verifikatif. Statistik deskriptif digunakan untuk memperkuat argumentasi temuan hasil penelitian berbasis pada fenomena di lapangan. Sedangkan analisis statistik verifikatif digunakan untuk menguji model yang telah dikembangkan dengan aplikasi Smart PLS.

Luaran hasil penelitian ini berupa laporan kemajuan, laporan akhir, poster, proseding pada seminar nasional, skripsi atau tugas akhir, dan artikel ilmiah yang dipublikasi pada jurnal bereputasi nasional Sinta.

Kata Kunci: *Halal value*, kepuasan, loyalitas, destinasi, wisatawan

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of determining the level of visitor loyalty in several coastal tourist areas of Sampang regency, associated with halal values and tourist satisfaction. Halal values were developed in this study based on the idea that Islamic religious values, especially those related to halal, are extensively studied by experts from various fields. In the context of marketing concepts, halal values are considered by Muslim tourists as one of the factors influencing their consumption or use of various products, including visiting tourist destinations.

The increasing awareness of Muslim consumers in using halal-based products must be addressed by marketers in providing their products. Such efforts aim to ensure that the produced products continue to satisfy the needs and desires of customers, thereby influencing their loyalty. Similar efforts can also be employed by tourism destination managers in the coastal areas of Sampang regency in providing services for visitors based on halal values.

The research method was developed using a descriptive and verificative approach. Data collection techniques were carried out through observation and surveys. The collected data will be analyzed using statistical analysis, both descriptive and verificative. Descriptive statistics are used to strengthen the argumentation of research findings based on field phenomena. Meanwhile, verificative statistical analysis is employed to test the developed model using Smart PLS application.

The research output includes progress reports, final reports, posters, proceedings at national seminars, theses or final projects, and scientific articles published in reputable national journals, such as Sinta.

Keywords: *Halal values, satisfaction, loyalty, destinations, tourists.*