

2. Implikasi Praktis

- a. Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Halal: Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola wisata untuk meningkatkan daya tarik destinasi halal dengan meningkatkan fasilitas pendukung, seperti menyediakan restoran bersertifikasi halal, tempat ibadah yang nyaman, dan lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islami.
- b. Peningkatan Pemasaran Wisata Halal: Studi ini dapat digunakan oleh industry untuk membuat strategi pemasaran yang lebih efisien, seperti penggunaan influencer Muslim untuk mempromosikan destinasi halal melalui media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok.
- c. Dukungan Kebijakan Pemerintah: Hasil studi ini dapat dijadikan dasar bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan wisata halal, seperti pemberian sertifikasi halal bagi restoran, hotel dan destinasi wisata guna meningkatkan kepercayaan wisatawan. Peningkatan infrastruktur pendukung, seperti masjid di area wisata dan jalur transportasi yang lebih mudah diakses bagi wisatawan Muslim.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi *tourist* untuk berkunjung ke wisata halal, antara lain: motivasi perjalanan, religiusitas, atribut Islam, citra destinasi, nilai emosional, kualitas layanan, dan nilai yang dirasakan.

Dari setiap faktor memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan *tourist* untuk berkunjung ke wisata halal. Berikut hubungan antara beberapa faktor terhadap keputusan *tourist* untuk berkunjung ke wisata halal, yaitu:

1. Motivasi perjalanan terbukti menjadi pendorong utama yang memengaruhi minat dan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi halal, baik karena dorongan spiritual, kebutuhan rekreasi, maupun keinginan memperoleh pengalaman baru.
2. Religiusitas wisatawan berperan penting dalam memperkuat preferensi terhadap destinasi halal, karena tingkat kepatuhan terhadap ajaran islam mendorong wisatawan untuk memilih destinasi yang sesuai syariat.
3. Atribut Islam seperti makanan halal, akomodasi berbasis syariah, dan fasilitas ibadah berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan muslim.

4. Citra destinasi yang positif, reputasi yang baik, serta persepsi ramah muslim menjadi faktor penting yang memengaruhi keyakinan wisatawan dalam mengambil keputusan kunjungan.
5. Nilai emosional berupa rasa puas, nyaman, dan pengalaman yang menyenangkan terbukti berperan dalam meningkatkan niat untuk berkunjung kembali.
6. Kualitas layanan yang baik, profesional, dan sesuai prinsip syariah mampu menciptakan kepuasan yang memperkuat loyalitas wisatawan.
7. Nilai yang dirasakan (*perceived value*), yakni keseimbangan antara manfaat dan biaya yang dikeluarkan, memberikan pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan wisatawan.

B. Keterbatasan

Terlepas dari itu, penelitian ini telah memberikan informasi penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata halal, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu di perhatikan. Keterbatasan ini mencerminkan aspek-aspek yang belum terjangkau dalam penelitian dan dapat menjadi peluang untuk pengembangan lebih lanjut, antara lain:

1. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada faktor internal, seperti sikap, persepsi nilai halal, citra destinasi, dan motivasi wisatawan. Sementara itu, faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, peran media sosial dalam pemasaran wisata halal, serta kebijakan promosi oleh otoritas pariwisata belum banyak dieksplorasi. Hal ini dapat membatasi pemahaman yang

lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ke destinasi halal.

2. Artikel yang dianalisis dalam penelitian ini hanya berasal dari tiga basis data akademik utama, yaitu *Science Direct*, *Spinger*, dan *Emerald*. Pembatasan ini dapat mengurangi keberagaman perspektif, terutama dari sumber-sumber lain seperti *Scopus*, *Web Of Science*, *Google Scholar*, atau laporan industri yang mungkin memiliki informasi tambahan yang lebih luas mengenai trend dan perkembangan wisata halal di berbagai Negara.
3. Studi ini mengadopsi pendekatan global dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih destinasi wisata halal. Namun, faktor sosial, budaya, dan ekonomi di berbagai Negara atau wilayah tertentu dapat memiliki pengaruh yang berbeda terhadap keputusan wisatawan. Oleh karena itu, generalisasi temuan penelitian ini mungkin masih terbatas dan memerlukan studi lanjutan yang lebih kontekstual terhadap wisata halal di lokasi spesifik.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan metode PRISMA, yang sangat berguna dalam menyusun sintesis dari penelitian sebelumnya. Namun, penelitian ini tidak menggali data primer melalui survei atau wawancara dengan wisatawan maupun pemangku kepentingan di industri wisata halal. Akibatnya, penelitian ini kurang mendalam dalam memahami dinamika perilaku wisatawan secara langsung berdasarkan pengalaman nyata mereka dalam memilih dan mengunjungi destinasi wisata halal.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah diidentifikasi, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan dan kedalaman studi mengenai faktor determinan yang mempengaruhi tourist untuk berkunjung ke destinasi wisata halal. Saran-saran tersebut meliputi:

1. Penelitian mendatang sebaiknya tidak hanya meneliti faktor internal seperti motivasi dan kepuasan wisatawan, tetapi juga mengkaji faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, strategi pemasaran destinasi halal, dan pengaruh media digital terhadap keputusan wisatawan.
2. Disarankan untuk menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar hasil penelitian lebih komprehensif. Misalnya, metode kualitatif dapat digunakan untuk mengeksplorasi persepsi wisatawan terhadap fasilitas halal, sedangkan metode kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur hubungan antar faktor determinan dengan niat berkunjung.
3. Penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada perbandingan antara destinasi wisata halal di Negara dengan sistem pariwisata syariah formal (seperti Malaysia) dengan Negara yang menerapkan system pariwisata halal berbasis sukarela (seperti Indonesia). Selain itu, studi kasus dapat dilakukan di kawaan perkotaan dan pedesaan untuk melihat perbedaan dalam daya tarik wisata halal.
4. Untuk memperkaya kajian, disarankan untuk mengakses artikel dari berbagai basis data akademik seperti *Scopus*, *Web of Science*, dan *Google*

Scholar, serta mengkaji tren penelitian terbaru yang dapat memberikan wawasan baru mengenai pariwisata halal.

5. Penelitian mendatang dapat mengkaji model konseptual yang ditemukan pada penelitian ini dengan menggunakan metode statistik yang lebih kompleks, seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) atau Analisis Regresi Multivariat. Hal ini dapat menyampaikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara faktor determinan dalam wisata halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abror, Dina Patrisia, Yunita Engriani, Maznah Wan Omar, Yunia Wardi, and Nazirul Mubin Bin Mohd Noor Sarah Sabir Sabir Ahmad Mukhamad Najib. "Perceived Risk and Tourist's Trust: The Roles of Perceived Value and Religiosity." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 12 (2022): 2742–58.
- Abror, Dina Patrisia, Okki Trinanda, Maznah Wan Omar, and Yunia Wardi. "Antecedents of Word of Mouth in Muslim-Friendly Tourism Marketing: The Role of Religiosity." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 2 (2021): 882–299.
- Adinugraha, Hendri Hermawan, Mila Sartika, and Ana Kadarningsih. "Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia." *Human Falah* 5, no. 1 (2018): 28–48.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/1336>.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions." *Human Behavior and Emerging Technologies* 2, no. 4 (2020): 1–11.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Alam, Azhar, Ririn Tri Ratnasari, Ari Prasetyo, Intan Hapnitasari, and Estina Rahmawati. "Systematic Literature Review on Halal Label Studies of Halal Tourism." *TEM Journal* 13, no. 1 (2024): 635–45.
<https://doi.org/10.18421/TEM131-66>.
- Amalia, Fatya Alty, and Arie Indra Gunawan. "Livening up Japan's Halal Tourism by Captivating Indonesian Potential Muslim Tourists." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 9 (2023): 2235–52.
- Arda, Mutia, and Dewi Andriany. "The Effect of Halal Tourism on Millennial Tourist Satisfaction in Sabang Island as Tourism Object." *International Seminar on Islamic Studies* 1, no. 1 (2019): 543–50.
- Basendwah, Mohammed, Suraiyati Rahman, and Mohammed Alawi Al-Sakkaf. "Tourists' Satisfaction with Islamic Attributes of Destination: A Systematic Mapping Study." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 2 (2024): 1414–38.
- Battour, Mohamed, Muhammad Khalilur Rahman, and Md. Sohel Rana. "The Impact of PHTPS on Trip Quality, Trip Value, Satisfaction and Word of Mouth." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2020): 1517–38.
- Cupian, Syifa Rizkia Nurfitriani, Muhammad Fjri, and Sarah Annisa Novén. "Determinan Minat Wisatawan Muslim Dalam Berkunjung Ke Negara Non-Muslim (Studi Kasus : Masyarakat Muslim Jawa Barat)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 76–86.
- Dabphet, Siripen. "Managing Islamic Attributes through the Satisfaction of Muslim Tourists in a Non-Muslim Country." *International Journal of Tourism Cities* 7, no. 1 (2021): 237–54.

- Deliana, Dian. "The Implementation of Sharia Principles Concept of Hotels." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 5, no. 3 (2022): 372–78. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.54223>.
- Destiana, Riska, and Retno Suni Astuti. "Perkembangan Pariwisata Halal Di Indonesia." *Muamalah* 1, no. 1 (2019): 331–53. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17988>.
- Echchabi, Abdelghani, Anca Bocanet, and Rihab Grassa. "Determinants of Selection of Halal Tourism Destination: A Case Study of the UAE." *Global Journal Al-Thaqafah* 12, no. 1 (2022): 186–203. <https://doi.org/10.7187/GJAT072022-12>.
- Ekka, Punit Moris, and Shikha Bhardwaj. "Customers' Satisfaction as a Critical Success Factor in Halal Tourism: Literature Review and Research Agenda Punit Moris E." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 8 (2024): 2069–85.
- Fadiryana, Nelly Agustin, and Syafruddin Chan. "Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh." *Jmi* 10, no. 2 (2019): 1–23. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan>.
- Fauzi, Muhammad Ashraf, and Mohamed Battour. "Halal and Islamic Tourism: Science Mapping of Present and Future Trends." *Tourism Review*, 2024.
- Febrianty, Dita Sekar, and Ronald Rulindo. "Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Pada Kawasan Wisata Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory Of Planned Behaviour." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 2 (2024): 3307–21. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7254>.
- Hamdy, Ahmed, and Riyad Idul Fitri. "Muslim-Friendly Tourist Destination Image in Travel and Hospitality Industry: Conceptualization and Scale Development." *International Journal of Intercultural Relations* 102 (2024).
- Hasan, Abdulla Al-Towfiq. "Factors Influencing Halal Tourism Destinations Revisit Intentions among Muslim Travelers of Bangladesh: The Mediating Role of Emotional Attachments." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 3 (2024): 720–44.
- Hassani, Ali, and Sedigheh Moghavvemi. "Muslims' Travel Motivations and Travel Preferences." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (2020): 344–67.
- Iqbal, Ubais Parayil, VK Hamza, Lenin Kumar Nooney, and Shajeer Sainedeen. "Exploring the Determinants of Destination Satisfaction: A Multidimensional Approach." *Future Business Journal* 9, no. 1 (2023).
- Juliana, A. Jajang W. Mahri, Azkiya Rahmah Salsabilla, Mumuh Muhammad, and Iman Sidik Nusannas. "The Determinants of Muslim Millennials' Visiting Intention towards Halal Tourist Attraction." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 3 (2023): 473–288.

- Kholik, Abdul, Sri Maulida, Suginda, Ita Musfirowati Hanika, Hetty Ismainar, Puji Muniarty, Hastuti Marlina, et al. *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar*. Edited by Udi Saripudin and Elan Jaelani. Pertama. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev. *Marketing Management 16/E. Global Edition. Pearson Practice Hall*, 2022.
- Lathifah Aini. “Determinan Minat Kunjung Kembali Wisata Halal Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah).” *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues* 2, no. 1 (2024): 18–35. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i1.130>.
- MA’RIFAH, AULA NURUL, M NASOR, and ERIKE ANGGRAENI. “Tingkat Literasi Pariwisata Halal Dan Keputusan Berwisata Pada Wisata Halal (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Indonesia).” *Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R”* 3, no. 2 (2020): 16–31. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.455>.
- Mahardika, Rahardi. “Strategi Pemasaran Wisata Halal.” *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam* 3, no. 1 (2020): 65–86. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>.
- Mahdiyya, Nabilah Nur, Zaini Abdul Malik, and Popon Srisusilawati. “Strategi Pemasaran Pariwisata Syariah Di Kota Cirebon Dengan Metode Stp.” *Prosiding Keuanngan Dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019): 231–40.
- Monoarfa, Hilda, Agus Rahayu, Fitranty Adirestuty, Rizuwan Abu Karim, Azlin Zanariah Bahtar, Zamzuri Ahmad Nazari, and Nurazree Mahmud. “The Influence of Islamic Attributes on Tourist Satisfaction with Pull Motivation as an Intervening Variables.” *International Journal of Tourism Cities* 8, no. 1 (2022): 142–52.
- Mursid, Ali, and Pandji Anoraga. “Halal Destination Attributes and Revisits Intention: The Role of Destination Attractiveness and Perceived Value.” *International Journal of Tourism Cities* 8, no. 2 (2022): 513–28.
- Nasrulloh, Nasrulloh, Elfira Maya Adiba, and Mohamad Nur Efendi. “Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Pesisir Bangkalan Madura: Identifikasi Peranan Bank Syariah.” *Muslim Heritage* 8, no. 1 (2023): 79–102. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.4989>.
- Nassar, Mohammed A., Mohamed M Mostafa, and Yvette Reisinger. “Factors Influencing Travel to Islamic Destinations: An Empirical Analysis of Kuwaiti Nationals.” *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 9, no. 1 (2015): 36–53.
- Ningsih, Dista Setya, Retno Sunu Astuti, and Budi Puspo Priyadi. “Prospects of Halal Tourism Development in West Aceh District.” *Jurnal Public Policy* 8, no. 2 (2022): 96–100. <https://doi.org/10.35308/jpp.v8i2.4569>.
- Novinggi, Vivi. “Sensasi Dan Persepsi Pada Psikologi Komunikasi.” *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan* 10, no. 1 (2019): 40–

51. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1706>.

Osman, Ismah, Junainah Junid, Husniyati Ali, Siti Zahrah Buyong, Sharifah Zannierah Syed Marzuki, and No'ain Othman. "Consumption Values, Image and Loyalty of Malaysian Travellers towards Muslim-Friendly Accommodation Recognition (MFAR)." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 3 (2024): 682–719.

Page, Matthew J, Joanne E Mckenzie, Patrick M Bossuyt, Isabelle Boutron, Tammy C Hoffmann, Cynthia D Mulrow, Larissa Shamseer, Jennifer M Tetzlaff, and David Moher. "Updating Guidance for Reporting Systematic Reviews: Development of the PRISMA 2020 Statement." *Journal of Clinical Epidemiology* 134 (2021): 103–12. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2021.02.003>.

Pomantow, Candra, Fienny M Langi, and Cinthya Nikita Waworuntu. "Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata Di Kota Manado." *Humanlight Journal of Psychology* 3, no. 2 (2022): 102–13. <http://ejournal-iaikn-manado.ac.id/index.php/humanlight>.

Pradipta, Yudi. *[Pengantar] Systematic Review Dengan PRISMA Protocol*, n.d.

Preko, Alexander, Iddrisu Mohammed, Theophilus Francis, Gyepi-Garbrah, and Azizbek Allaberganov. "Islamic Tourism: Travel Motivations, Satisfaction and Word of Mouth, Ghana." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 1 (2021): 124–44.

Rahmah, Hilda, and Hanry Harlen Tapotubun. "Narasi Industri Pariwisata Halal Di Negara Jepang Dan Jerman." *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14, no. 2 (2020): 287–306. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1830>.

Rahman, Mahfuzur, Sedugheh Moghavvemi, Thinaranjeney Thirumoorthi, and Muhammad Khalilur Rahman. "The Impact of Tourists' Perceptions on Halal Tourism Destination: A Structural Model Analysis." *Tourism Review* 75, no. 3 (2020): 575–94.

Ramdhani, Farida Rahma, Popon Srisusilawati, and M Andri Ibrahim. "Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Kota Bandung Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2020): 226–30. <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22043>.

Rasul, Tareq. "The Trends, Opportunities and Challenges of Halal Tourism: A Systematic Literature Review." *Tourism Recreation Research* 44, no. 4 (2019): 434–50. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1599532>.

Rohman, Fatchur. "Model Perilaku Wisatawan Destinasi Wisata Spiritual: Aplikasi Service Dominant Logic Pada Industri Pariwisata." *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no. 1 (2021): 107–20. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.008>.

Rostiani, Rokhima, Asri Sekar Mawar Firdausi, Hilya Mydrika Arini, Yun

- Prihantina Mulyani, and Tri Mulyani Sunarharum. "The Effect of Islamic Attributes, Destination Image, Scepticism, Perceived Value and Halal Awareness on the Intention to Engage in Muslim-Friendly Travel." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 2 (2024): 613–32.
- Santoso, Singgih, and Lucia Nurbani Kartika. "Motivasi Dan Perilaku Wisatawan Generasi Muda Saat Berwisata Di Yogyakarta." *JRMB (Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 13, no. 1 (2019): 47–58.
- Somadi, Cupian Cupian, and Amelia Hayati. "Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Wisata Halal." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 9, no. 1 (2024): 1–19. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v9i1.19901>.
- Suhartanto, Dwi, Anthony Brien, Fatya Alty Amalia, Norzuwana Sumarjan, Izyanti Awang Razli, and Rivan Sutrisno. "Driving Young Muslim Loyalty toward Muslim-Majority Tourism Destinations: The Sense of Community Theory Perspective." *Jpurnal of Islamic Marketing* 15, no. 5 (2024): 1396–1413.
- . "Driving Young Muslim Loyalty toward Muslim-Majority Tourism Destinations: The Sense of Community Theory Perspective." *Journal of Islamic Marketig* 15, no. 5 (2024): 1396–1413.
- Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, and Kusnanto Drmawan. "Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Pengunjung Dan Minat Berkunjung Kembali." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 3 (2021): 421–28. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i3.620>.
- Sulaiman, Zaidatul Akma, Mohammad Iranmanesh, Behzad Foroughi, and Othman Rosly. "The Impacts of Shariah-Compliant Hotel Attributes on Muslim Travellers Revisit Intention: Religiosity as a Moderator." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 10 (2022): 2108–25.
- SUMARDI, Retno Santi, Anuar Shah Bali MAHOMED, and Yuhanis Ab AZIZ. "The Effect of Islamic Attributes To Consumer Satisfaction: A Meta-Analysis." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 53, no. 2 (2024): 400–412. <https://doi.org/10.30892/gtg.53203-1215>.
- Suryawardani, Bethani, Astri Wulandari, Dandy Marcelino, and Heppy Millanyani. "Islamic Destination to Millennials in Bandung: Islamic Attributes and Destination Image on Tourist Satisfaction with Visiting Decision as Mediator." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 8 (2024): 2122–43.
- Tati Haryati, and A. Gafar Hidayat. "Konsep Wisata Dari Perspektif Ekonomi Masyarakat." *Jurnal Pendidikan Ips* 9, no. 2 (2019): 113–22. <https://doi.org/10.37630/jpi.v9i2.170>.
- Wati, Lisa Listyo, and Sudarti Sudarti. "Analisis Perilaku Wisatawan Dalam

Membuang Sampah Di Kawasan Wisata Pantai Watu Ulo Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.” *Jurnal Teknologi Lingkungan UNMUL* 5, no. 2 (2022): 1–8. <https://doi.org/10.30872/jtlunmul.v5i2.6747>.

Winarno, Wing Wahyu. *Menggambar Diagram Prisma SLR Dengan Mudah*, n.d.