

ABSTRAK

Bagi wisatawan non-Muslim khususnya, pengalaman kuliner halal menjadi penting ketika mereka mengunjungi destinasi wisata di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pengalaman makanan halal yang berkesan terhadap perilaku Electronic Word of Mouth (E-WOM) di destinasi wisata halal di Indonesia yang digagas oleh wisatawan non-Muslim. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner online dengan jumlah sampel sebanyak 211 responden dan menggunakan analisis data *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *experience other culture through food* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *memorable halal food experience* dan *memorable dimension of non-muslim tourism' halal food experiences* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap E-WOM.

Kata Kunci: *Memorable Halal, Media Sosial, Electronic Word of Mouth.*