

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke destinasi pariwisata halal di Indonesia. Faktor-faktor yang diteliti yang dapat mempengaruhi wisatawan berkunjung ke destinasi pariwisata halal di Indonesia adalah religiusitas, citra merek, promosi, dan persepsi harga.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan metode kuesioner. Untuk penyebaran kuesioner disebarkan kepada responden dengan sampel sebanyak 100 orang. Dengan skrining awal bahwa responden beragama Islam, dan pernah berkunjung ke 10 destinasi unggulan pariwisata halal di Indonesia. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 26 menggunakan uji regresi linear berganda, dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik sebagai persyaratan sebelum melakukan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi pariwisata halal di Indonesia. Tetapi untuk variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi halal di Indonesia.

Kata Kunci : Religiusitas, citra merek, promosi, persepsi harga dan minat berkunjung