

ABSTRAK

Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu destinasi wisata halal unggulan di Indonesia. Salah satu wisata halal Jawa Tengah yaitu Masjid Agung Demak di Kabupaten Demak Jawa Tengah yang memiliki keunikan dan nilai sejarah yang identik. Banyaknya kunjungan wisatawan di Masjid Agung Demak menjadikan perekonomian Kabupaten Demak meningkat. Meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih destinasi wisata halal yang menjadi peluang bagi pengelola wisata untuk terus mengembangkan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pengaruh religiusitas, citra destinasi, *electronic word of mouth*, dan kualitas layanan terhadap keputusan wisatawan pada Objek Wisata Masjid Agung Demak. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS *Statistics 25*. Responden pada penelitian ini sebanyak 165 wisatawan yang sedang berkunjung ke Masjid Agung Demak dengan menggunakan *purposive sampling* dimana metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, citra destinasi, *electronic word of mouth*, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Masjid Agung Demak baik secara parsial maupun simultan. Variabel kualitas layanan menjadi faktor yang paling kuat dalam penentu keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Masjid Agung Demak. Hal ini dikarenakan pihak Masjid Agung Demak sadar akan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan sesuai dengan ajaran Islam dan memenuhi kebutuhan wisatawan dengan kualitas yang terbaik. Keempat variabel penelitian ini memiliki pengaruh yang cukup kuat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 56%.

Kata kunci: *pariwisata halal, religiusitas, citra destinasi, electronic word of mouth, kualitas layanan, keputusan berkunjung, Masjid Agung Demak*