

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata halal di Indonesia menunjukkan tren positif. Pada tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat ke-4 dalam destinasi wisata halal terbaik di dunia. Sedangkan pada tahun 2022 berada pada peringkat ke-2, dan pada tahun 2023 Indonesia berada pada peringkat pertama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen fasilitas, *Islamic branding*, dan pendapatan terhadap keputusan menginap konsumen hotel syariah di Kota Semarang sebagai variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel syariah yang ada di Kota Semarang (Hotel Grasia, Hotel Omah Pelem Syariah, Hotel Graha Agung, serta Hazotel Syariah) pada tahun 2023. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dipilih dengan menggunakan teknik *stratified random sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, *Islamic branding*, dan pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap konsumen hotel syariah di Kota Semarang. Secara simultan, hasil tersebut mengindikasikan bahwa fasilitas, *Islamic branding*, dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan menginap konsumen hotel syariah di Kota Semarang.

Kata Kunci : Fasilitas, *Islamic Branding*, Pendapatan, Keputusan Konsumen, Hotel Syariah