

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor-faktor pendapatan, citra destinasi, kualitas layanan, dan religiusitas terhadap kunjungan wisatawan di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Sebagai salah satu destinasi wisata religi di Jawa Tengah, MAJT menawarkan daya tarik arsitektur dan fasilitas modern yang menjadi magnet bagi wisatawan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 100 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden.

Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan variabel pendapatan dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan, dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,536 dan 0,741. Sementara variabel citra destinasi dan kualitas layanan menunjukkan pengaruh negatif dengan koefisien -0,89 dan -0,101. Secara simultan, seluruh variabel independen terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan ke MAJT.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola MAJT untuk melakukan evaluasi dan perbaikan, terutama terkait citra destinasi dan kualitas layanan yang masih menunjukkan pengaruh negatif. Penguatan aspek religiusitas dan penyesuaian strategi berdasarkan segmentasi pendapatan juga perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan lebih lanjut terkait pengelolaan destinasi wisata religi di Indonesia.

Kata Kunci: Pendapatan, Citra Destinasi, Kualitas Layanan, Religiusitas, Wisatawan, MAJT