

## **Abtrak**

Dalam industri pariwisata yang semakin berkembang, *halal tourism* muncul sebagai konsep bisnis baru yang dianggap mampu memberikan kenyamanan wisatawan Muslim untuk melakukan ibadahnya. Akan tetapi, sebelumnya pernah terjadi kesalahpahaman di negara lain bahwa *halal tourism* eksklusif hanya untuk Muslim sedangkan tujuan *halal tourism* adalah pariwisata yang terbuka untuk umum. Kemudian, dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, kebutuhan aksesibilitas pariwisata dianggap mampu menjadi alasan wisatawan untuk memberikan keputusan kunjungannya menuju suatu destinasi wisata. Di Indonesia sendiri, jumlah lokasi *halal tourism* masih begitu sedikit dibandingkan dengan total jumlah lokasi pariwisata nasional serta masih terdapat beberapa destinasi wisata yang aksesibilitasnya rendah sehingga diperlukan perbaikan untuk menunjang pariwisata nasional. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh *halal tourism* terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata, pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata, serta pengaruh *halal tourism* dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata. Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh *halal tourism* dan aksesibilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata baik secara simultan dan parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer dari angket yang telah disebarkan kepada wisatawan domestik dengan total sampel sebesar 402 wisatawan dari berbagai wilayah di Indonesia.

Penelitian ini menemukan bahwa *halal tourism* berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata di Indonesia. Hal serupa juga terjadi pada aksesibilitas yang mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata di Indonesia. Kemudian, kedua variabel baik *halal tourism* dan aksesibilitas secara bersama-sama mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata di Indonesia sebesar 31,1%. Artinya, wisatawan domestik akan mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan wisata dengan mempertimbangkan *halal tourism* dan aksesibilitas destinasi wisata untuk kenyamanan beribadah dan kenyamanan mencapai destinasi wisata yang menjadi pilihan.