

ABSTRAK

Abdul Rohim, 1950110229, Pengaruh Pengembangan *Halal Tourism*, Potensi Agrowisata Dan *Destination Image* Terhadap *Tourist Satisfaction* (Studi pada Wisata Agrowisata Jolong Kabupaten Pati), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2023.

Kajian penelitian ini berfokus untuk menjawab isu-isu inti terkait pengembangan wisata halal, potensi agrowisata, *destinasion image*, kepuasan wisatawan di Agrowisata Jollong yang terletak di Desa Sitoluhur, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati. Tujuannya adalah untuk mengkaji dampak dari faktor-faktor tersebut terhadap industri pariwisata dan penyediaan pelayanan yang optimal mengingat pentingnya penunjang keberlangsungan sector industri pariwisata. Metode dalam penelitian ini dengan menggunakan kajian pendekatan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* merujuk pada *purposive sampling*, sehingga diperoleh 100 responden.

Halal tourism berpengaruh positif secara langsung terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung pada Agrowisata Jollong dikarenakan *halal tourism* yang diterapkan cukup baik yang memberikan wisatawan merasa puas dengan adanya fasilitas-fasilitas *halal tourism* dan aspek penunjang yang mendukung kepuasan wisatawan di wisata Agrowisata Jollong. Potensi Agrowisata berpengaruh positif secara langsung terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung pada Agrowisata Jollong dikarenakan potensi agrowisata merupakan faktor yang cukup berpengaruh keindahan alam dan eksotisme memberi daya Tarik, kemudian edukasi perkebunan dan pertanian memberi pengalaman bagi wisatawan dalam kunjungannya. *Destination Image* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung pada Agrowisata Jollong hal tersebut dikarenakan destinasi Agrowisata Jollong memiliki citra yang dikenal mahal dan terlalu banyak tiket dalam kunjungan pada spot-spot destinasi dan wisatawan tidak terlalu memperdulikan citra merek dari destinasi yang dikunjungi

Kata Kunci : *Halal Tourism, Agrowisata Potential, Destination Image, Tourist Satisfaction*