

**ANALISIS NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MASYARAKAT
TERHADAP WISATA RELIGI**

SKRIPSI



Di susun Oleh:

Nama : Ahmad Farid Abdul Jalal
Nomer Mahasiswa : 19313076
Jurusan : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2023

HALAMAN JUDUL

ANALISIS NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MASYARAKAT

TERHADAP WISATA RELIGI

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat tugas akhir

Guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi,

Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Ahmad Farid Abdul Jalal

Nomor Mahasiswa : 19313076

Program Studi : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh sungguh dan tidak ada bagian yang di kategorikan dalam tindakan plagiasi seperti di maksud dalam buku pedoman penulisan skripsi program studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila kemudian hari terbuka bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku

Yogyakarta 13 Agustus 2023

Ahmad Farid Abdul Jala



HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MASYARAKAT TERHADAP WISATA
RELIGI

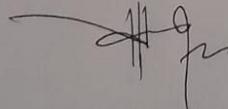
Ditulis Oleh:

Nama : Ahmad Farid Abdul Jalal
NIM : 19313076
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing



Heri Sudarsono S.E., M.Ec.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Nama : Ahmad Farid Abdul Jalal
Nomor Mahasiswa : 19313076
Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta,
Disahkan oleh,

Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono S.E,M.Ec

Penguji :

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

MOTTO

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah SWT bersama kita.”

“Maka ingatlah bahwa Allah SWT tidak akan menguji hambahnya kecuali sesuai dengan kadar kemampuan yang dimiliki hambanya.”

“orang lain tidak akan pernah tahu betapa susah dan dan terjalnya jalanmu menuju kebahagiaan yang kau ciptakan sendiri dengan hasil keringatmu sendiri”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdulillah rabbi al aalamiin segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas nikmat serta karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan karena berkat rahmat, ridha dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya dan juga kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa juga shalawat serta salam panjatkan kepada Nabi Muhammad Shallahu'alaihi wasalam yang menjadi suri tauladan bagi umat islam.

Dari hati yang terdalam saya ucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, yang senantiasa dengan jiwa dan raganya mendoakan saya, memberikan semangat dan sabar dalam membimbing dalam urusan dunia maupun akhirat dan memberikan kesempatan saya untuk melanjutkan pendidikan yang terbaik untuk menjadi pribadi yang lebih baik kepada saya.

Kepada dosen pembimbing saya Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. yang telah memberikan waktunya dalam memberikan ilmu dan membimbing dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi ini, dan telah memberikan saya banyak pembelajaran tentang ketelitian dan konsistensi yang sangat berharga kepada saya hingga skripsi ini bisa dapat terselesaikan dengan baik. Maka dengan ini izinkan saya mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala kenikmatan serta kekuatan kepada saya sehingga bisa mencapai sejauh ini dengan baik dan tak kurang suatu apapun.
2. Kedua Orang tua saya Bapak Ismanto dan Ibu Rois Satin Jannah, terima kasih sudah berkorban demi saya dan sudah berjuang untuk menyekolahkan saya hingga jenjang pendidikan sarjana. Tidak ada yang lebih sempurna kecuali do'a kedua orang tua saya.

3. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Univesitas Islam Indonesia.
4. Bapak Abdul Hakim., S.E., M.Ec., Ph.D. selaku Kepala Studi Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas dukungan bimbingan serta ilmu yang telah di berikan kepada saya.
6. Teman-teman Jurusan Ekonomi Pembangunan khususnya kepada teman teman saya zuhdi, irfan, adit, yusa, adi lucky terima kasih selalu memberikan support kepada saya.
7. Kepada teman teman satu bimbingan zuhdi, syobri, azis, haviv, utami, ami. Terima kasih banyak sudah mengajarkan kepada saya bagaimana menyusun sebuah kosnep untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.
8. Kepada teman teman saya warga dusun somokaton yang selalu memberikan dukungan serta masukan-masukan yang membuat saya semakin lebih baik lagi.
9. Serta seluruh pihak ataupun elemen yang sudah bersedia membantu peneletian ini.

ABSTRAK

Pengembangan wisata religi dalam kondisi sosial ekonomi dan budaya dinilai sebagai pengembangan pariwisata yang sangat baik di suatu wilayah atau kawasan, yang secara tidak langsung memberikan dampak baik secara sosial maupun ekonomi. Di Pulau Jawa sendiri terdapat banyak tempat wisata religi, namun animo masyarakat untuk merekomendasikan dan berkunjung masih rendah, sehingga perlu dukungan dari berbagai pihak termasuk wisatawan peminat wisata religi yang banyak kaitannya dengan kepatuhannya. Agama, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi minat berperilaku. Oleh karena itu, penelitian ini membahas tentang “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Wisata Religi”.

Penelitian ini menganalisis variabel Sikap, Norma Subjektif, Perilaku Yang Di Rasakan, dan Niat Berkunjung Kembali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat berkunjung kembali masyarakat terhadap wisata religi. Peneliti ini menggunakan 204 responden di mana 113 laki laki dan 91 perempuan yang pernah melakukan kegiatan berwisata religi dengan metode penyebaran kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang disebar melalui *Group WhatSapp*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* analisis. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Sikap, Norma Subjektif, Perilaku Yang Dirasakan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa Niat Berkunjung Kembali Masyarakat terhadap wisata religi dengan menggunakan metode kuantitatif melalui sumber data yang di peroleh dari kuesioner yang di sebar melalui *Plat Form online WhatSapp*.

ABSTRACT

The development of religious tourism in socio-economic and cultural conditions is considered as an excellent tourism development in an area or region, which indirectly has an impact both socially and economically. On the island of Java itself there are many religious tourism places, but public interest in recommending and visiting is still low, so it needs support from various parties including tourists who are interested in religious tourism which has a lot to do with obedience. Religion Attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control can influence behavioral intentions. Therefore, this study discusses the analysis of public interest in religious tourism.

This study analyzed attitude variables, subjective norms of perceived behavior and intention to return. This study aims to analyze the community's intention to return to religious tourism. This study used 204 respondents, of which 113 were men and 91 women who had carried out religious tourism activities using the questionnaire method in the form of a Google form which was distributed via the WhatsApp group. The data analysis technique used in this study is Partial Least Square (PLS) analysis. The results of the study indicate that the variable attitudes, subjective norms, perceived behavior have a positive and significant effect on the intention to return.

The purpose of this study is to analyze the community's intention to return to religious tourism using quantitative methods through data sources obtained from questionnaires distributed via the Whatsapp online platform.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	4
1.4. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
PENELITIAN TERDAHULU.....	6
2.1. Kajian Pustaka.....	6
2.2. Landasan Teori.....	8
2.3. Kerangka berpikir.....	12
2.4. Hipotesis.....	15
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	17
3.2. Objek dan lokasi penelitian.....	20

3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.4	Teknik Analisis Data.....	22
3.3.1.	<i>Analisis Outer Model</i>	24
3.3.2.	<i>Convergent Validity</i>	24
3.3.3.	<i>Descriminant Validity</i>	25
BAB IV		28
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		28
4.1.	Demograsi Responden.....	28
4.1.1.	Profil Responden	28
4.2.	Analisis Data	29
4.2.1.	Hasil Analisis Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	29
4.3.	Pembahasan hasil penelitian.....	39
BAB V.....		41
KESIMPULAN DAN SARAN.....		41
5.1.	Kesimpulan	41
5.2.	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA		44
LAMPIRAN.....		48

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Salah satu sektor yang memiliki perkembangan paling dinamis dan cepat di dunia dalam beberapa dasawarsa terakhir ini adalah sektor pariwisata. Perhatian pembuat kebijakan Indonesia ditarik kembali dengan adanya perkembangan yang pesat dari sektor pariwisata tersebut. Ekonomi Islam merupakan bagian penting dari Ekonomi Dunia saat ini. Ekonomi Islam tumbuh signifikan dengan adanya industri katering, keuangan syari'ah, asuransi, kosmetik, hiburan dan pariwisata. Masing-masing sektor tersebut menerapkan konsep halal pada setiap produknya. Islam merupakan agama yang sempurna, yang mengatur hal yang berkaitan dengan ekonomi. Apabila perekonomian suatu negara (ekonomi nasional) menerapkan dasar Al-Qur'an dan Hadist sebagai dasar penerapannya, tentunya suatu perekonomian nasional akan berjalan dengan baik dan terarah sesuai aturan (Fitria, 2016). Beberapa hal yang menjadi faktor pendorong berkembangnya Ekonomi Islam yaitu, pesatnya pertumbuhan Ekonomi Negara mayoritas Islam, nilai Islam yang mendorong tumbuhnya bisnis, gaya hidup Islam dan transaksi yang sudah menggunakan sistem syari'at Islam.

Dalam tempo beberapa tahun terakhir ini, istilah wisata religi merupakan istilah baru dalam dunia pariwisata. Beberapa istilah yang bermakna setara ialah *halal tourism*, wisata halal, dan *Islamic tourism*. Wisata religi berkonsep sebagai wisata dengan kepentingan agama ataupun ibadah, misalnya ziarah makam para wali atau tokoh agama dan kunjungan ke tempat yang masih memiliki sejarah nilai agama. Dalam aspeknya wisata religi mengandung beberapa konsep secara luas yaitu di mana setiap objek wisata harus memiliki fasilitas halal dan tidak bertentangan dengan syari'at. Meningkatnya wisatawan Muslim yang mengunjungi destinasi halal melatarbelakangi penelitian ini untuk mengeksplorasi atribut destinasi halal dan niat berkunjung kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana atribut destinasi halal mempengaruhi daya tarik destinasi. Oleh karena itu, studi ini untuk mengidentifikasi

pengaruh atribut destinasi halal terhadap penilaian wisatawan, termasuk nilai fungsional dan emosional (Suaibah, 2017).

Perkembangan wisata religi sangat ditentukan oleh kepuasan peziarah. Kepuasan peziarah merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata religi (Suaibah, 2017). Dalam perindustrian pariwisata wisata religi memiliki banyak aspek dan pelaku yang terlibat antara lain hotel, transportasi, akomodasi, fasilitas, dan objek wisata itu sendiri di mana aspek dan pelaku tersebut harus memenuhi kriteria *halalan toyyiban*.

Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak isyarat untuk menjalankan aktivitas pariwisata. Seperti yang di jelaskan pada Surah Al-Ankabut ayat 20 :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya: *Katakanlah: Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan (makhluk), kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*

Pada ayat tersebut menjelaskan serta mempertegas bahwa manusia perlu melakukan suatu perjalanan atau melacong guna melaksanakan penelitian dan menambah pengetahuan tentang aneka peninggalan sejarah dan kebudayaan umat manusia dengan mengambil hikmah dan pelajaran. Di mana melancong atau berwisata ini mempunyai tujuan spiritual yaitu, untuk meningkatkan keimanan kepada Tuhan dan mengakui kebesaran-Nya. Allah SWT memerintahkan manusia supaya melakukan perjalanan di muka bumi ini agar menemukan jawaban serta bukti nyata bahwa orang-orang yang mendustakan kebenaran Tuhan ditimpa azab yang pedih.

Tabel 1.1 jumlah perjalanan wisatawan nusantara tahun 2018-2021

PROVINSI	TAHUN	JUMLAH
JAWA TENGAH	2021	21.332.409
	2020	22.629.085
	2019	57.900.863
	2018	48.943607

Grafik di atas menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata ke provinsi jawa tengah dari tahun 2018 hingga 2021. Data di atas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan ke provinsi jawa tengah mengalami penurunan. Untuk mendukung target 1,4 miliar pergerakan wisatawan nusantara pada tahun 2023, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) merilis 100 paket wisata nusantara pada 5 Desember 2022. Jumlah tersebut lebih dari perkiraan 700 juta pada tahun 2022. Delapan puluh persen dari 1,4 Miliar sasaran pergerakan pengunjung asing berasal dari Pulau Jawa, khususnya Jawa Tengah. Private trip Gunung Lawu, paket wisata solo jeep satu hari, dan paket wisata ziarah Wali Songo semuanya diberikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan di bahas pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh sikap (*attitude*) masyarakat terhadap niat berwisata religi?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) masyarakat terhadap niat berwisata religil?

3. Bagaimana pengaruh perilaku yang di rasakan(*perceived behavioral control*) masyarakat terhadap niat berwisata religil?
4. Bagaimana pengaruh niat berkunjung kembali masyarakat berwisata religi?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dan manfaat dari adalah

1. sikap (*attitude*) untuk mengetahui bagaimana niat masyarakat terhadap berwisata religi.
2. norma subjektif (*subjective norm*) untuk mengetahui bagaimana niat masyarakat terhadap berwisata religi.
3. perilaku yang di rasakan (*perceived behavioral control*) untuk mengetahui bagaimana niat masyarakat terhadap berwisata religi.
4. niat berkunjung kembali masyarakat untuk berwisata religi.

Dalam penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat dari berbagai pihak.

Manfaat tersebut di antaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun penelitian

2. Manfaat Praktis

- Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menambah wawasan dalam bidang wisata religi, khususnya dalam pengaruh sikap, norma, dan pengaruh perilaku yang di rasakan.

- Bagi perusahaan

Agar memberikan ide dan juga menambah kreatifitas bagi pelaku-pelaku usaha guna mengembangkan usaha di sektor wisata religi.

- Bagi Pemerintah

Untuk meningkatkan devisa, pemerintah melihat peluang untuk meningkatkan pariwisata daerah, terutama melalui penciptaan lokasi wisata berbasis konsep wisata religi.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini merupakan bagian awal yang memberikan gambaran dan penjelasan terkait penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini menjelaskan landasan teori yang menjadi dasar penelitian, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga menjelaskan bagaimana mekanisme penelitian akan dilaksanakan. Sehingga bab ini akan menjelaskan penentuan populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan indikator penelitian, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PENELITIAN

Pada bab keempat ini memberikan deskripsi bagaimana penelitian ini dilaksanakan. Oleh karena itu, bab ini akan menjelaskan terkait hasil pengumpulan data, karakteristik responden, interpretasi hasil olah data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab kelima menjelaskan kesimpulan dari penelitian, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

PENELITIAN TERDAHULU

2.1. KAJIAN PUSTAKA

Tentang tujuan kajian pustaka ini, penulis ingin mencari sumber-sumber yang relevan dengan pokok bahasan yang diteliti. Untuk mencegah plagiarisme dalam penelitian ini, dilakukan analisis literature untuk menilai keaslian penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari, Safitri, and Anggraini, 2019) yang berjudul tentang “Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal Di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Teori TPB mengenai pengaruh persepsi konsep terhadap sikap persepsi perkembangan pada sikap, dan sikap pada minat Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta tentang pariwisata halal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nesa Ibnu Sina, 2021) yang berjudul “Pengembangan Objek Pariwisata Halal Melalui Sumber Daya Manusia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pariwisata halal melalui Sumber Daya Manusia di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pengembangan segala aspek yang berkaitan dengan pariwisata halal yang berada di Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, Sururi, and Berthanilla, 2020) yang berjudul “Pengaruh Revitalisasi Kawasan Banten Lama Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Kawasan Wisata Religi Keraton Kesultanan Banten di Kecamatan Kasemen Kota Serang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui revitalisasi kawasan banten lama terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada Kawasan Wisata Keraton Kesultanan Banten. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2022) yang berjudul “Studi Kelayakan Wilayah Makam Religi (Makam Syekh Syarif Hidayatullah Sunan Gunung Jati Cirebon Jawa Barat)”. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan hasil yang signifikan. Sikap merupakan

variabel yang berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan untuk merekomendasikan dan berkunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh (Juliana et al., 2023) dengan judul “Faktor Penentu Niat Berkunjung Muslim *Milenial* Terhadap Objek Wisata Halal.” dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat berkunjung di kalangan muslim *milenial* sebagai muslim dengan usia produktif dan pengambilan keputusan yang baik. Penelitian ini akan mencoba mengkaji niat berkunjung kaum *milenial* Muslim dengan empat determinan yaitu, DI, motivasi berwisata, religiusitas dan atribut destinasi Islam. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara motivasi berwisata, religiusitas, atribut destinasi wisata Islami dengan niat berkunjung *milenial* muslim ke Lombok sebagai objek wisata halal. Namun, DI menunjukkan dampak yang tidak signifikan terhadap niat berkunjung kaum *milenial* Muslim. Hasil penelitian menegaskan bahwa motivasi wisata, religiusitas dan atribut Islami destinasi sangat penting dalam mendorong niat muslim *milenial* untuk mengunjungi objek wisata halal.

Penelitian yang dilakukan oleh (Azizah, 2021) yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism (Studi Pada Destinasi Bromo Tengger Tosari Pasuruan”. Penelitian ini di gunakan untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata bromo tengger melalui analisis SWOT.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ghani and Ratnasari, 2022) yang berjudul “Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana atribut destinasi halal mempengaruhi daya tarik destinasi. Oleh karena itu, studi ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh atribut destinasi halal terhadap penilaian wisatawan, termasuk nilai fungsional dan emosional. Penelitian ini juga memverifikasi efek daya tarik destinasi pada nilai fungsional dan nilai emosional. Nantinya, studi ini memverifikasi pengaruh nilai fungsional dan nilai emosional terhadap niat untuk berkunjung kembali.

2.2. LANDASAN TEORI

2.4.1. Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan bagian dari pengembangan industri pariwisata di Indonesia. Di mana pariwisata halal di bagi menjadi beberapa jenis model pariwisata dengan konsep halal sesuai dengan Syari'at Islam. Konsep pariwisata halal sendiri sesuai dengan keadaan Negara Indonesia yang terdiri dari berbagai budaya, adat, dan pulau. Selain tempat yang cocok untuk berwisata, bisa menjadi tempat untuk belajar tentang pengetahuan di bidang kebudayaan dengan mengenal berbagai suku, adat, budaya, dan bahasa. Seperti yang dikatakan oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo pada tahun 2019 silam, bahwa Indonesia memiliki 714 suku dan kurang lebih 1001 bahasa daerah (Nesa Ibnu Sina, 2021). Perkembangan pariwisata halal di Indonesia sudah menjadi *role mode* bagi masyarakat guna meningkatkan ibadah yang bersifat *spiritualitas* maupun rohani. Pariwisata halal sendiri memiliki berbagai sumber bagian pariwisata seperti wisata syari'ah, wisata halal, dan wisata religi. Dengan berbagai konsep dan dukungan, baik dalam maupun luar ataupun dari segi sumber daya manusianya seperti yang di katakan oleh (Kemalasari and Sugiri, 2023) menyatakan bahwa Salah satu tujuan dari adanya program pembangunan suatu kawasan atau daerah yaitu dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Maka dari itu, penggalan persepsi masyarakat perlu dilakukan dalam implementasi suatu kebijakan agar lebih responsif untuk menjawab tantangan kebutuhan lokal.

2.4.2. Profil Wisata Religi

Wisata religi merupakan salah satu bukti perkembangan layanan pariwisata atau lebih di kenal dengan *halal tourism*. Meningkatkan *spiritualitas* merupakan suatu proses perubahan dari yang tidak baik menjadi lebih baik dengan senantiasa melaksanakan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT secara konsisten. Dengan bimbingan nilai-nilai rukun iman untuk mengenali dan memahami perasaan sendiri, orang lain, memotivasi diri, serta mampu mengelola emosi dalam berhubungan dengan orang lain (Sari, Wajdi, and

Narulita, 2018). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Amalina, 2017) menyatakan bahwa Perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri sendiri (Faktor Internal) seperti kesehatan, pendidikan, keuangan. Dan faktor dari luar (Faktor Eksternal) seperti iklim, letak geografis, *spesial event*, dan lain sebagainya. Sehingga keberadaan inuesti pariwisata sangat penting supaya dapat memenuhi keinginan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata.

Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen melalui artikelnya "*From Intention to Actions: a Theory of Planned Behavior*". Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* oleh Icek Ajzen dan koleganya Martin Fishbein pada tahun 1975. Fishbein dan Ajzen, (1975) menyebutkan dalam *Theory of Reasoned Action* dikatakan jika niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *Attitude Toward the Behavior* dan *Subjective Norms*. Sedangkan di dalam *Theory of Planned Behavior* terdapat penambahan satu faktor lagi yaitu faktor *Perceived Behavioral Control* (Ajzen, 1991).

Theory of Planned Behavior merupakan teori tindakan beralasan dan teori perilaku terencana adalah sebuah teori yang dirancang untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku dalam konteks yang spesifik (Ajzen, 1991). Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri, namun juga membutuhkan kontrol ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu. Sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) yang dipersepsikan akan mempengaruhi niat dan perilaku *Theory of Planned Behavior*.

Teori ini memberikan pengetahuan mengenai latar belakang seperti usia, jenis kelamin atau *gender*, pengetahuan, pengalaman, dan juga pengetahuan bagaimana untuk mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang. Seperti yang dikemukakan (Ajzen, 2002) *theory of planned behavior* adalah teori yang mempelajari tentang studi perilaku seseorang di mana niat merupakan faktor utama yang mendasari perilaku seseorang ketika memiliki keinginan untuk melakukan suatu hal karena mempunyai arti khusus untuk dapat mencapai tujuannya. Hal ini

didukung dalam *Theory of Reasoned Action*, faktor utama *Theory of Planned Behavior* adalah niat seseorang dalam berperilaku. Kemudian niat tersebut merupakan perkiraan individu mengenai seberapa besar kemungkinan dirinya untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Sukmaningrum and Rahardjo, 2017). (Ajzen, 2001) *Theory of Planned Behavior* menyebutkan bahwa niat adalah fungsi dari tiga determinan dasar yaitu:

1. Sikap berperilaku (*Attitude toward the behavior*)

Sikap pribadi menjelaskan seberapa besar seseorang bermaksud untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap yaitu suatu disposisi untuk merespon secara positif dan negative pada perilaku ditentukan oleh campuran antara keyakinan perilaku dan evaluasi hasil. Keyakinan perilaku adalah keyakinan pribadi mengenai konsekuensi positif dan negative dari perilaku tertentu. Sedangkan evaluasi hasil merupakan evaluasi individu terhadap konsekuensi yang didapatkan dari suatu perilaku.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif menjelaskan bagaimana argumen orang disekitar bisa mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku tertentu. Norma subjektif merupakan keyakinan individu untuk memenuhi saran atau masukan yang berasal dari orang-orang disekitar untuk turut dalam aktivitas wirausaha (Sukmaningrum and Rahardjo, 2017).

3. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Persepsi kontrol perilaku adalah hal yang dirasakan berupa kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku yang diminatinya. Control perilaku sebagai fungsi yang didasarkan pada keyakinan merupakan keyakinan individu mengenai ada atau tidaknya faktor pendukung atau penghambur individu untuk melakukan suatu perilaku. Keyakinan ini berdasarkan pengalaman masa lalu serta informasi dari pengalaman orang lain.

Menurut (Ajzen, 1985) menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku norma subjektif dan persepsi contoh perilaku mengarah pada pembentukan niat perilaku. Oleh karena itu, semakin

baik norma subjektif dan semakin besar pula kontrol yang dirasakan dan semakin kuatnya keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tersebut.

Niat berkunjung Kembali adalah niat konsumen atau masyarakat yang di dasari oleh faktor orang di sekelilingnya yang berpendapat bahwa mereka mempunyai keinginan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi pariwisata atau suatu tempat serta memberikan *word of mouth* yang positif. Setiap individu memiliki pengaruh niat berkunjung kembali yang di sebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi, karena *revisit intention* di anggap penting guna perkembangan pariwisata seperti yang pada penelitian (Ghani and Ratnasari, 2022) yang menyatakan *Revisit intention* dianggap sangat penting untuk keberlangsungan suatu tempat wisata. Untuk memperoleh pelanggan yang baru dianggap lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ini merupakan suatu alasan mengapa mempertahankan pelanggan yang sudah ada sangat penting. Niat berkunjung kembali memiliki peranan dalam konteks industry pariwisata di antaranya:

a. Perkembangan Industri Pariwisata

Niat berkunjung kembali sangat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan dunia pariwisata karena hal itu bersangkutan dengan roda perekonomian suatu daerah.

b. Mempertahankan Konsumen

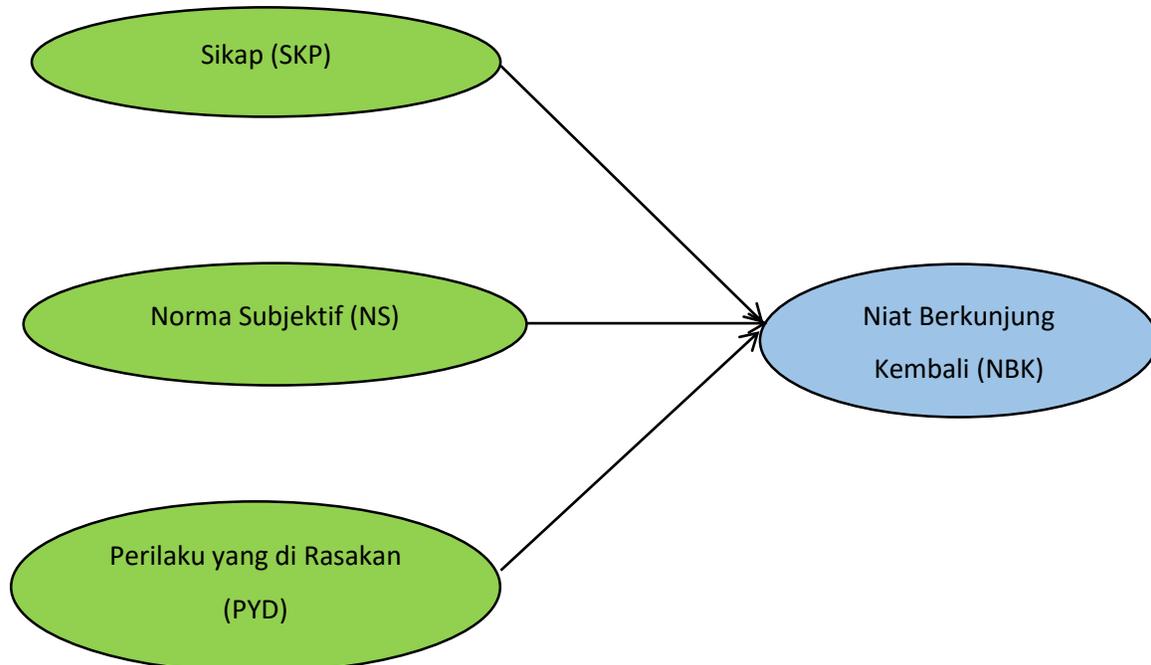
Niat berkunjung kembali berhubungan langsung dengan konsumen di mana persepsi konsumen sangat mempengaruhi niat berkunjung kembali mereka dan pengaruh orang sekitar yang pernah mengunjungi suatu destinasi tersebut juga mempengaruhi keputusan dan kepuasan konsumen.

c. Peningkatan Citra Destinasi

Peningkatan di sini mencakup berbagai macam aspek-aspek yang berhubungan langsung dengan pariwisata. Ada berbagai contoh peningkatan citra destinasi seperti, dengan meningkatkan kelayakan fasilitas baik umum maupun pribadi, peningkatan layanan transportasi, serta peningkatan layanan infrastruktur.

2.3. KERANGKA BERPIKIR

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar niat berkunjung kembali masyarakat terhadap wisata religi. Dengan menggunakan beberapa variabel penelitian, peneliti ingin meneliti apakah sikap, norma subjektif, dan perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu sikap, norma subjektif, dan perilaku yang dirasakan. Sedangkan untuk variabel dependen dari penelitian ini yaitu niat berkunjung kembali. Berdasarkan materi penelitian tersebut, dapat di simpulkan bahwa kerangka acuan teoritis telah di kembangkan dari uraian tersebut sebagai berikut:



1. Pengaruh Sikap terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi

Sikap merupakan ungkapan perasaan seseorang terhadap suatu objek, tentang apa yang disukai dan tidak disukai. (Darmawan and Fadjarajani, 2016) mengklaim bahwa sikap ini menentukan perilaku manusia dalam kaitannya dengan rangsangan manusia atau peristiwa tertentu. Sikap juga dapat menggambarkan keyakinan seseorang terhadap kegunaan suatu objek. Jika seseorang memiliki reaksi positif terhadap suatu target, dia akan berusaha mengunjungi target tersebut. Variabel sikap terkait dengan perspektif pengetahuan *Theory of Planned Behavior* yang digunakan sebagai landasan teori. Di mana faktor informasi yang digunakan yaitu Sikap Berperilaku yang berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan tindakannya (Ajzen, 1991).

Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi. Hal ini berarti bahwa dengan sikap yang positif, kepercayaan yang tinggi akan mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2009) yang berjudul *A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude, and Motivation Affect the Future Behavior of Tourists*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan di masa yang akan datang.

2. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi

Norma subjektif merupakan persepsi seseorang mengenai sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1988). Perilaku seseorang tergantung niat, kemudian niat dalam berperilaku tergantung dari sikap dan norma subjektif. Norma Subjektif biasanya dinilai dengan menanyakan seseorang sejauh mana mereka berpikir orang terdekat mereka seperti anggota keluarga, teman, atau kolega akan mendukung mereka dalam terlibat dalam kegiatan wirausaha. Biasanya semakin individu mempersepsikan bahwa *social referent* yang mereka miliki mendukung mereka untuk melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung merasakan tekanan sosial untuk memunculkan perilaku tersebut. Begitu pula sebaliknya, semakin individu

mempersiapkan bahwa *social referent* yang mereka miliki tidak menyetujui suatu perilaku, maka individu cenderung merasakan tekanan sosial untuk tidak melakukan perilaku tersebut. Hal ini dapat disimpulkan apabila individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dilakukan, bukan ditentukan oleh orang lain disekitarnya, maka ia akan mengabaikan pandangan orang tersebut perilaku yang akan dilakukannya. Variabel Norma Subjektif terkait dengan perspektif pengetahuan *Theory of Planned Behavior* yang digunakan sebagai landasan teori. Di mana faktor informasi yang digunakan yaitu Norma Subjektif Berperilaku yang berperan dalam mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan tindakannya (Ajzen, 1991).

Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi. Hal ini berarti bahwa norma subjektif di mana pengaruh orang sekitar dapat mempengaruhi niat seseorang dalam berkunjung kembali (Ramadanti, 2023).

3. Perilaku yang dirasakan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi

PBC adalah perasaan yang dimiliki seseorang ketika menghadapi kesulitan atau kemudahan dalam memutuskan bagaimana berperilaku. PBC adalah satu-satunya faktor yang mempengaruhi individu dalam tindakannya atau dalam mengambil keputusan. PBC mengacu pada tingkat kesulitan yang diasumsikan oleh seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu (Ajzen, 2012). Dengan kata lain, seperti yang di katakan oleh (Anggraini and Wibisono, 2022) menyatakan *Perceived Behavior Control* mengacu kepada persepsi seseorang akan kesulitan atau kemudahan dalam melakukan suatu perilaku. Suatu perilaku tersebut mempengaruhi pengambilan keputusan yang di dasari oleh dirinya sendiri maupun oleh orang di sekitarnya.

4. Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi

Niat berkunjung mengacu pada keadaan psikologis wisatawan di mana hal ini muncul dari hasil penilaian sikap, norma subjektif, dan elemen situasional yang mendukung dan berkembang saat wisatawan merencanakan perjalanannya (Putri et al., 2021). Variabel niat berkunjung kembali terkait dengan perspektif pengetahuan *Theory of Planned Behavior*

yang digunakan sebagai landasan teori. Komponen dari faktor informasi dalam hal ini yaitu tentang Niat. Di mana faktor utama dari teori ini adalah niat seseorang dalam berperilaku atau bertindak.

Niat berkunjung kembali merupakan indikator yang signifikan untuk mengukur perilaku wisatawan di masa yang akan datang (Han, H and Ryu, 2007). Apabila indikator ini mendapatkan kesan yang baik, maka kemungkinan wisatawan dapat mengunjungi kembali dan membagikan ulasan yang positif kepada orang lain (Jani and Han, 2014). Keinginan merekomendasikan secara luas mengacu pada wisatawan yang bersedia untuk mengunjungi kembali suatu tempat wisata yang sama karena adanya pengalaman yang memuaskan serta menyarankan tempat wisata tersebut kepada orang lain. Hal ini didukung dalam penelitian (Mulyana and Ayuni, 2017) yang menyatakan kepuasan pelanggan atau wisatawan merupakan pengaruh yang besar terhadap niat berkunjung kembali ke tempat wisata. Di mana hal ini sangat penting untuk keberlangsungan suatu tempat wisata.

2.4. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diungkapkan oleh penulis terkait menjawab rumusan masalah dalam penelitian terkait “Analisis Niat Berkunjung Kembali Masyarakat Terhadap Wisata Religi”. Berdasarkan telaah teori beserta studi empiris yang ada, maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.4.1. Sikap (ATT)

Penelitian yang di lakukan oleh (Derizal et al., 2023) Sikap menggambarkan bagaimana keyakinan seseorang terhadap konsekuensi perilaku dan evaluasi dari perilaku tersebut. Dalam penelitian tersebut Sikap berpengaruh positif dan signifikan pada Niat Berkunjung.

H1: Sikap memengaruhi niat berkunjung kembali

2.4.2. Norma Subjektif

Ada beberapa penelitian yang juga menggunakan teori TPB termasuk penelitian yang di lakukan oleh (Aryadhe, Suryani, and Sudiksa, 2018) menyatakan bahwa norma subjektif merupakan salah satu pendorong utama pengambilan keputusan pembelian individu yang dipengaruhi oleh pendapat orang lain (*referen*). Dari penelitian yang di lakukan oleh peneliti tersebut di simpulkan bahwa Norma Subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

H2: Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali

2.4.3. Perilaku Yang Dirasakan

Kontrol perilaku yang di rasakan adalah situasi atau perasaan yang di miliki oleh seseorang ketika mengalami kesulitan atau kebingungan dalam menentukan keputusan. Seperti penelitian yang di lakukan oleh (Aryadhe et al., 2018) menyimpulkan bahwa Sikap menggambarkan bagaimana keyakinan seseorang terhadap konsekuensi perilaku dan evaluasi dari perilaku tersebut. Norma Subjektif mengenai tekanan sosial yang akan diterima dari perilaku. Sedangkan *Perceived Behavior Control* (PBC) mencerminkan faktor-faktor yang cenderung mempermudah atau menghambat perilaku yang dilakukan.

H3: Perilaku Yang di Rasakan berpengaruh signifikan terhadap Niat Berkunjung kembali

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Definisi operasional merupakan segala sesuatu definisi yang ditetapkan sebagai variabel dan dapat diukur dan di operasionalkan sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan variabel lebih. Variabel-variabel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ridha, 2017) menyatakan bahwa Definisi operasional merupakan definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasionalnya sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran

3.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini, Niat Berkunjung Kembali (NBK) sebagai Variabel Dependen. Pada penelitian (Djollong, 2014) menyatakan bahwa Variabel terikat (*dependant variabel*) adalah suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

3.1.2. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan dapat megakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel independen adalah Sikap (S), Nurma Subektif (NS), dan Perilaku Yang Dirasakan (PYD).

Tabel 3.1 Definisi Oerasional Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Sikap	Sikap yaitu suatu disposisi untuk merespon secara positif dan negative pada perilaku di tentukan oleh campuran antara keyakinan perilaku dan evaluasi hasil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata religi adalah wisata pilihan saya. 2. Wisata religi merupakan wisata yang aman. 3. Wisata religi merupakan wisata yang menyenangkan. 4. Wisata religi merupakan wisata yang penting. 	Skala Likert
Norma subjektif	Norma subjektif menjelaskan bagaimana argumen orang disekitar bisa mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman dekat (sahabat) saya mempengaruhi keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi. 2. Kerabat dekat saudara ataupun keluarga saya mempengaruhi keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi 3. Orang yang penting bagi saya mempengaruhi 	Skala Likert

		<p>keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi.</p> <p>4. Mayoritas orang yang saya kenal menganjurkan saya untuk berkunjung di lokasi wisata religi.</p>	
Perilaku yang dirasakan	<p>Persepsi kontrol perilaku adalah hal yang dirasakan berupa kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku yang diminatinya. Control perilaku sebagai fungsi yang didasarkan pada keyakinan merupakan keyakinan individu mengenai ada atau tidaknya faktor pendukung atau penghambat individu untuk melakukan suatu perilaku. Keyakinan ini berdasarkan pengalaman masa lalu serta informasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan gunakan waktu luang saya untuk mengunjungi lokasi wisata religi. 2. Saya berusaha mengunjungi lokasi wisata religi meskipun lokasi jauh. 3. Saya berusaha mengunjungi lokasi wisata religi walaupun infrastruktur terbatas. 4. Saya berusaha mengunjungi lokasi wisata religi meskipun biaya 	Skala Likert

	dari pengalaman orang lain.	mahal.	
Niat berkunjung kembali	Niat berkunjung kembali (revisit intention) adalah niat konsumen untuk kembali ke suatu tempat dan menyebarkan word of mouth yang positif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat untuk segera mengunjungi lokasi wisata religi lagi. 2. Saya berniat tahun depan mengunjungi wisata religi lagi. 3. Saya berniat mengunjungi wisata religi setiap tahun. 4. Saya berniat kembali mengunjungi lokasi wisata religi setiap ada hajat atau keinginan. 	Skala Likert

3.2 OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN

Target audiens untuk studi ini adalah wisatawan religi yang berada di provinsi Jawa Tengah. Pelaksanaan studi ini dimulai pada tanggal 6 Desember 2022 dan berlangsung selama 10 hari atau sampai dengan tanggal 15 Desember 2022. Survei online dalam bentuk Google form digunakan untuk pengumpulan data dan akan disebarluaskan melalui postingan atau pesan media sosial (whatsapp, messenger, dan email). Kuisisioner tersedia selama 24 jam untuk memudahkan responden dalam mengisi kuisisioner tersebut. Untuk menghindari jawaban ganda dari satu responden maka dalam kuisisioner ini responden hanya diberi satu kesempatan untuk mengisi jawaban dalam kuisisioner tersebut.

3.3 JENIS DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat objektif. Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara *online*. Setelah diperoleh, kemudian diolah dan hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian akan dianalisis untuk menguji hipotesis yang di uji pada awal penelitian ini.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung lalu diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data berasal dari data angket (Kuesioner) yang disebarluaskan kepada responden melalui *google form* yang memuat beberapa pernyataan yang telah dibuat dan disusun oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014: 142). Sedangkan menurut (Arikunto, 2006: 136-138) mengatakan angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa, sehingga responden cukup memberikan tanda centang pada kolom atau tempat yang sudah disediakan. Angket terbuka adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa, sehingga responden dapat memberikan isian yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya saat ini. Angket campuran yaitu gabungan antara angket terbuka dan tertutup. Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket tertutup.

Penulis dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun pengukuran yaitu diukur menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun.

Tabel 3.3
Jumlah Skor Kuesioner

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Kurang Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Daftar pernyataan tertulis yang akan diisi oleh responden terdiri dari pertanyaan tentang Sikap, Norma Subjektif, Perilaku Yang Dirasakan, dan Niat untuk Berkunjung Kembali. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana respon responden dalam berniat mengunjungi wisata religi kembali.

3.4 TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data adalah metode atau pendekatan untuk menelaah data penelitian yang relevan. Dalam penelitian ini, pendekatan model persamaan struktural PLS-SEM digunakan dalam analisis data kuantitatif. Pendekatan ini kuat dan dapat di terima karena di pergunakan pada

semua jenis skala data yaitu data interval, nominal, dan rasio serta memenuhi kebutuhan untuk standar yang lebih komprehensif dan fleksibel.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Djollong, 2014) menyatakan bahwa Data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Analisis kuantitatif dan teknik serta metode statistik banyak digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan karena teknik dan metode statistik memberikan jawaban atas permasalahan yang muncul. Analisis data adalah suatu tahapan atau proses metode analisis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif menggunakan pendekatan model persamaan struktural PLS-SEM. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam analisis dianggap kuat ketika digunakan dengan semua jenis skala data, seperti data interval, data nominal dan rasio, dan dengan kondisi standar yang lebih luas dan fleksibel. Penelitian yang dilakukan oleh (Kuntoro et al., 2019) menyatakan bahwa *Partial Least Square* (PLS) menjadi metode yang kuat dari suatu analisis karena kurangnya ketergantungan pada skala pengukuran. Misal pengukuran yang membutuhkan skala interval atau rasio, ukuran sampel, dan distribusi dari residual. PLS juga menggunakan metode analisis yang tinggi atau besar karena tidak didasarkan pada banyak asumsi.

SEM (*Structural Equation Modeling*) merupakan pengembangan dari model persamaan berganda yang didasarkan pada prinsip-prinsip *ekonometrik* dan dipadukan dengan prinsip-prinsip regulasi dari psikologi dan sosiologi. SEM terdiri dari dua bagian, model variabel laten dan model pengukuran. Model variabel laten mengadaptasi model persamaan simultan yang ada dalam ekonometrika, namun terdapat perbedaan (yang dapat diukur secara langsung). Pada saat yang sama, model pengukuran menggambarkan beberapa indikator atau beberapa variabel. Tujuan PLS biasanya digunakan untuk memverifikasi, menguji signifikansi hipotesis dan penelitian dalam suatu penelitian. PLS dapat memprediksi apakah ada hubungan antara variabel dan proposisi uji. Tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan hubungan antar struktur dan untuk menekankan pemahaman tentang nilai hubungan tersebut. Ada dua model

penskoran dalam metode PLS, model eksternal atau model pengukuran dan model penskoran atau struktural internal.

3.3.1. Analisis *Outer Model*

Outer model adalah metode pengukuran di mana indikator dengan variabel latennya saling berhubungan atau pada fase ini analisis menggunakan pengukuran model ini untuk mengetahui bagaimana masing-masing indikator berhubungan dengan variabel latennya dengan menggunakan persamaan berikut:

$$x = \Pi x \xi + \varepsilon x$$

$$y = \Pi y \eta + \varepsilon y$$

Keterangan:

x dan y : Matriks variabel manifest independent dan dependen

ε dan π : Matriks konstruk laten independen ewd

Π : Matriks koefisien

E : Matriks outer model residu

Validitas dan reliabilitas model dinilai dengan menggunakan model pengukuran (*externaal model*). Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kinerja instrumen penelitian sesuai dengan yang diukur. Namun uji reliabilitas mengukur konsistensi meteran dalam mengukur konsep, atau bisa juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner peneliti. Model ini menggunakan uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit yang dijelaskan sebagai berikut:

3.3.2. *Convergent Validity*

Dalam uji validitas konvergen, salah satu pengukuran yang digunakannya adalah dengan melihat *Average Variance Extract Value* (AVE). Nilai ini menggambarkan sejauh

mana varians atau keragaman variabel manifes yang dapat dikandung oleh konstruk laten. Indikator dianggap valid jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 atau menunjukkan semua variabel tegangan eksternal dengan nilai tegangan > 0,5 guna mengetahui nilai AVE yang dapat di hitung dengan rumus:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\lambda_i^2 + \sum_i var(\epsilon_i)}$$

Di mana : λ_i adalah loading factor (*Convergent Validity*) dan $Var(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$

3.3.3. *Discriminant Validity*

Dalam hal ini, jika ada dua instrumen berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi, hasilnya juga tidak berkorelasi. Dalam metode diskriminan validitas, validitas diskriminasi diuji dengan indikator reflektif, dengan mengingat nilai *cross-loading* setiap variabel harus > 0,7. Kajian beban transversal masing-masing indikator dilakukan dengan membandingkan indikator-indikator yang ada dan hubungan struktur dengan struktur blok lainnya. Kemungkinan lain adalah dengan membandingkan nilai AVE induk, di mana nilai AVE induk harus lebih besar dari korelasi antara konstruk yang ada dengan konstruk lainnya.

3.4.4 *Composit Reliability*

Reliabilitas komposit ditentukan dengan melihat nilai *composite reliability* (CR) dengan *threshold* lebih besar dari 0,7. Keandalan komposit adalah batas yang diterima dari tingkat keandalan (PC) komposisi adalah e" 0,7. Untuk mendapatkan nilai CR dapat menggunakan rumus berikut:

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^n \lambda_i)^2 + \sum_{i=1}^n \lambda_i var(\epsilon_i)}$$

Di mana λ_i adalah loading factor (*Convergent Validity*), dan $Var(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$

3.4.5 Evaluasi Model Struktural (model internal)

Pengukuran model struktural merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui kausalitas hubungan antar konstruk yang diasumsikan oleh peneliti. Model internal menggambarkan hubungan antara variabel laten atau hubungan internal, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Berikut ini adalah model persamaan yang dapat ditulis sebagai:

$$\eta_1 = \beta\eta =$$

Dalam hal ini dijelaskan bahwa η menggambarkan vektor variabel laten independen, ξ adalah vektor oksigen variabel laten, dan ζ adalah vektor variabel residual. Model struktural ini dapat dievaluasi menggunakan R-kuadrat untuk konstruk dependen, uji Stone-Geisser Q-Kuadrat untuk signifikansi prediktif dan uji-t, dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural. Tes ini dibagi menjadi beberapa langkah yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Path Coefficient*

Pada fase ini, pentingnya hubungan antara struktur diperiksa. Hal ini tercermin dalam koefisien jalur, yang menjelaskan kekuatan konstruksi antara pengukuran menggunakan koefisien jalur dengan batas standar, biasanya 0,05 menunjukkan bahwa jalur dalam batas standar mempengaruhi model.

2. *R-Square (R2)*

Langkah ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai R2 (ukuran determinasi). Saat mengevaluasi struktur, nilai R-kuadrat dari nilai setiap variabel endogen pertama-tama dianggap sebagai kekuatan prediksi model struktural. Standar pengukuran berada di antara 0,67 yang berarti kuat, sekitar 0,33 sedang, dan di bawah 0,19 berarti tingkat variansi lemah. Untuk mendapatkan nilai R2 dapat menggunakan rumus berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(n_i - n'_i)^2}{\sum(n_i - n'_i)^2}$$

Di mana n adalah vektor dari variabel laten (konstruk) independen. Hasil kuadrat PLS-R menggambarkan sejauh mana model menggambarkan varian konstruk. Dalam hal ini, semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik prediksi dan model penelitian yang diajukan.

3. Q2 Predictive Relevance

Setelah kuantitas R-kuadrat diidentifikasi, estimasi model PLS juga dapat dilakukan dengan menggunakan Q2. Untuk menunjukkan bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam model memiliki signifikansi prediktif. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki signifikansi prediktif, sedangkan nilai $Q^2 > 0,0$ menunjukkan bahwa model tidak memiliki signifikansi prediktif. Q2 mengukur seberapa baik model memberikan nilai yang diamati dan estimasi parameter.

Nilai t-test

Uji-t adalah uji statistik parametrik yang menguji signifikansi dan signifikansi dari satu atau dua kelompok sampel. Untuk menguji hipotesis penelitian, catat nilai t-test menggunakan metode *bootstrapping* dengan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 5%. Jika nilai t-test lebih besar dari 1,96 maka hipotesis diterima. Gunakan rumus berikut:

$$T_{test} = \frac{y'jb}{S_e(y'jb)}$$

Menjelaskan jb merupakan jalur kontruksi dan S merupakan simpanan baku

4. Pengujian f^2 (effect size)

Uji f^2 (ukuran dampak) adalah uji yang dipimpin untuk mengantisipasi dampak dari faktor tertentu pada faktor yang berbeda dalam desain model dengan nilai tepi mulai dari 0,02 untuk dampak kecil, 0,15 untuk dampak sedang dan sekitar 0,35

untuk dampak yang sangat besar. Untuk menemukan F2, Anda dapat menggunakan resep berikut:

$$f^2 = \frac{R^2_{include} = R^2_{exclude}}{1 = R^2_{include}}$$

Di mana:

$R^2_{include}$: Nilai yang di dapat pada saat eksogen di masukan ke dalam model

R^2_{exlude} : Nilai yang di peroleh pada saat kontrak eksogen keluar dari model

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. DEMOGRASI RESPONDEN

4.1.1. Profil Responden

Untuk mengumpulkan data demografis, peneliti pada tahap ini menganalisis tanggapan responden terhadap kuesioner, terutama pada bagian profil responden dan pertanyaan umum tentang wisata religi. Survei ini mampu memperoleh informasi hingga 204 responden di seluruh Indonesia selama kurun waktu 30 hari. Data Informasi demografis meliputi usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan terakhir, pekerjaan responden, provinsi asal, pengeluaran perbulan, dan wisata religi yang pernah di kunjungi.

Tabel 4.1 Hasil Uji Demografi

1. **Usia**

Usia rata rata responden yang memberikan informasi untuk penelitian ini adalah 18 sampai 30 tahun. Dengan jumlah 204 responden.

2. **Jenis Kelamin**

Jumlah responden dalam partisipan ini berjumlah 204 responden di mana ada sebanyak 113 responden berjenis kelamin laki laki dan 91 responden berjenis perempuan.

3. Status Pernikahan

Dalam hal ini di lihat dari responden penelitian ini status pernikahan yang mendominasi paling sedikit yakni yang sudah menikah sejumlah 97 responden dan yang belum menikah sebanyak 107 responden.

4. Pendidikan Terakhir

Dari data yang di peroleh terdapat sebanyak 135 responden lulusan SMA sederajat, 50 responden lulusan sarjana, lulusan master S2 8 responden, 1 responden lulusan doktor, 2 responden lulusan SMP, dan 2 responden lulusan D3.

5. Pekerjaan

Pekerjaan di sini di dominasi oleh mahasiswa atau pelajar sebanyak 75 responden dan pegawai swasta sebanyak 35 responden.

6. Pengeluaran perbulan

Dari data yang di peroleh pengeluaran terbanyak berada di jumlah Rp 1.100.000-5.000.000 dengan 87 responden.

7. Pengeluaran untuk kegiatan religi

Dari data yang di peroleh pengeluaran terbanyak berada di jumlah di bawah 100.000 dengan 83 responden.

8. Asal daerah

Dari hasil penelitian ini rata rata responden berasal dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 144 responden.

4.2. ANALISIS DATA

4.2.1. Hasil Analisis Pengukuran Model (*Outer Model*)

1. Uji individual Item Realibility

Untuk menentukan *standardized loading factor* dilakukan tahap uji coba. Dengan melihat nilai outer loading factor, nilai ini di gunakan untuk menggambarkan korelasi antara masing masing indikasi dengan strukturnya. Prosedur algoritma PLS di selesaikan dengan rumus berikut:

Jika loading factor lebih dari 0,7 , indikator yang di gunakan untuk mengevaluasi kontruksi di anggap sah.

Tabel 4.2 Hasil Uji Individu Item Reability

INDIKATOR	NBK	NS	PYR	S
S				0,838
S				0,818
S				0,904
S				0,855
NBK	0,877			
NBK	0,919			
NBK	0,915			
NBK	0,712			
NS		0,869		
NS		0,891		

NS		0,852		
NS		0,772		
PYD			0,869	
PYD			0,891	
PYD			0,852	
PYD			0,772	

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa indikator layak untuk di gunakan dalam model penelitian dan dapat dilanjutkan ke pengujian lebih lanjut berdasarkan temuan di atas, yang memunjukkan bahwa rata rata item memiliki *loading factor* di atas 0,7.

2. Uji internal consistency realibility

Ini adalah tahap yang lakukan dengan memperhatikan nilai composite reliability dengan ambang batas 0,7.

Tabel 4.3 hasil uji internal consistency Reliability

variabel	Composite reliability
Norma subjektif	0,918
Sikap	0,910
Niat Berkunjung Kembali	0,929
Perilaku Yang Dirasakan	0,915

Melihat dari data tabel di atas menunjukkan seluruh nilai CR di atas 0,7 , maka dapat di simpulkan bahwa variabel tersebut telah memenuhi syarat guna ke tahap sengujian selanjutnya.

3. Uji Avarage Extrated (AVE)

Nilai tara rata *Variance Extracted* (AVE) di gunakan dalam pengujian ini, dan batas minimal untuk nilai AVE adalah 0,5 yang menunjukkan indikator validasi konvergen dapat di andalkan. Indikator adalah alat yang dapat di andalkan untuk mengukur variabel jika memenuhi ambang minimal.

Tabel 4.4 Hasil Uji Variance Extrated (AVE)

variabel	Rata rata variance extrated (AVE)
Niat berkunjung kembali	0,740
Norma subjektif	0,718
Perilaku yang di rasakan	0,766
sikap	0,730

Dari table di atas terlihat nilai AVE lebih besar dari 0,05 sehingga dapat di simpulkan seluruh variabel memenuhi persyaratan sehingga dapat di gunakan.

4. Uji discrimination validity

Pada metode ini, penguji dapat menggunakan dua cara. Pada saat menggunakan AVE nilai akarnya harus lebih besar daari korelasi antar konstruks lainnya. Cara lain adalah dengan membandingkan rasio cross-loading dan kriteria cross-loading cat formal untuk menganalisis cross-loading. Dalam hal ini, setiap indikator di-sideload dengan cara membandingkan hubungan antara indikator dan konstruksi yang dimilikinya dengan struktur blok lainnya. Jika hubungan antara indikator dan konstruk lebih besar dibandingkan dengan konstruk lainnya, maka berlaku validitas diskriminan. Hasilnya

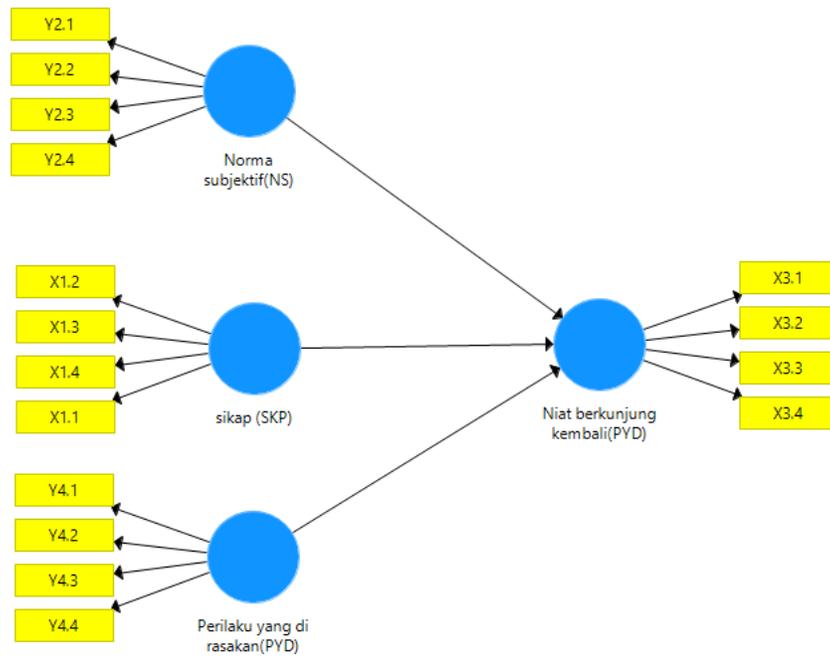
disajikan dalam tabel di mana untuk masing-masing variabel nilai indikator (beban samping) dengan blok kinung lebih besar dibandingkan dengan korelasi dengan blok bangunan lainnya.

Tabel 4.5 Hasil Formell-Lacker's Discriminant Validity

Indikator	NBK	NU	PYD	S
NBK	0,860	0,000	0,000	0,000
NU	0,648	0,847	0,000	0,000
PYD	0,799	0,646	0,875	0,000
S	0,647	0,545	0,610	0,854

Dapat di simpulkan bahwa nilai AVE lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Sebagaimana di lihat pada tabel di atas. Akibatnya dapat di katakan bahwa analisis dari dua tahap cross-loading dapat memiliki validitas diskriminan.

Tabel 4.6 Hasil Outher Model



Setelah langkah-langkah proses analisis outer model selesai, proses analisis digambarkan pada gambar di atas. Model penelitian yang diusulkan dalam penelitian ini konsisten dengan karakteristiknya dan memiliki statistik yang baik yang memenuhi persyaratan pada setiap langkah model pengukuran, yaitu reliabilitas item individual, reliabilitas konsistensi internal, varians rata-rata yang diekstrak, dan validitas diskriminan. Hasil tersebut didasarkan pada rangkaian proses analisis yang meliputi empat langkah pengujian terhadap model pengukuran (outer model). Oleh karena itu, konsekuensi dari penyelidikan estimasi model cenderung berakhir bahwa model tersebut memenuhi

prasyarat yang ditetapkan untuk menuju ke tahap pengujian model yang mendasarinya (inward model).

1. Hasil Analisis Struktur Model (Inner Model)

a. *Path coefficient*

Ditahap ini di lakukan dengan cara batas nilai ambang batas sebesar 0,05 yang merupakan batas terbesar, yang di sebut tingkat ketidakyakinan. Di mana jalur dapat di laporkan berpengaruh pada model ini jika hasil model path coefficient kurang dari 0,05.

Tabel 4.7 Hasil Uji Path Coefficient

variabel	P value
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,001
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,016
sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,005

Dari table di atas terdapat tiga jalur yang mempunyai nilai di bawah standar 0,05 yang dapat di artikan bahwa mempunyai pengaruh signifikan di dalam model ini sedangkan masih terdapat 1satu jalur yang tidak signifikan

b. *Coefficient of Determination (R²)*

Tujuan dari langkah ini adalah untuk menjelaskan variabel yang menjadi target variabel endogen (variabel yang di anggap memengaruhi variabel lain yang dimasukan dalam model) dengan ukuran standar mulai dari 0,670 yang kuat, hingga sekitar 0,333 yang mendapatkan nilai R² yang dapat di hitung dengan Smart PLS.

Tabel 4.8 Hasil Uji coefficient of determination (R^2)

Variabel	R square
Niat Berkunjung kembali	0,695

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 variabel X3 Niat berkunjung kembali adalah 0,695 (69,5%) .

c. T – test

Untuk menguji suatu hipotesis pada penelitian dilakukan uji t- test dengan metode bootstraping dengan smart PLS pada tingkat signifikan 5%. Hipotesis ini dapat di terima jika nilai kurang dari 1,96. Berikut cara untuk memperoleh nilai T-test :

Tabel 4.9 Hasil uji t-test

variabel	T Statistic/T Test
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	2,993
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	7,944
sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)	2,938

Dari sampel pengujian t-test di atas ditemukan nilai yang kurang dari 1,96. Dari hasil pengujian t-test di atas dapat di lihat bahwa tiga nilai t-test melebihi ambang batas 1,96 yaitu sikap -> Niat berkunjung kembali (S -> NBK) dengan nilai t-test 2,938, kemudian Norma subjektif -> Niat Berkunjung Kembali (NS -> NBK) dengan nilai t-test 2,993, Perilaku Yang Di Rasakan -> Niat Berkunjung Kembali (PYD -> NBK)

sebesar 7,944. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari uji T test di atas tidak ada yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

d. Model fit

Model fit atau merupakan ketepatan model dengan data adalah derajat yang menunjukkan seberapa mampu model yang dikembangkan menjelaskan data.

Tabel 4.10 Model fit

	Model saturated	Model estimated
SRMR	0,072	0,072
d_ ULS	0,697	0,697
d_ G	0,295	0,295
Chi_Square	359,761	359,761
NFI	0,857	0,857

Dari hasil data diatas tertulis bahwa nilai SRMR nya estimate , model estimatonya 0,072 dibawah 0,10 menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan model yang baik yakni masih acceptable. Nilai SRMR dapat dipengaruhi oleh data outlier ,bila nilai SRMR > 10 maka dapat dilakukan pemeriksaan data atau tingkat model kecocokanya kurang baik atau kurang terjemahkan oleh data empiris. Sedangkan NFI (Net Fit Indeks) nya 0,857 sehingga bisa dikatakan masih baik. Karena semakin mendekati 1 maka akan NFI nya akan semakin baik. Akan tetapi untuk melihat suatu model yang dibangun sudah fit pada smart PLS, dapat dilihat dari nilai loading factorsetiap indikatornya dengan cara melihat Outer Loading. Akan dianggap fit apabila seluruh item sudah bernilai > 0,7.

e. Pengujian hipotesis

Pada tahap ini untuk menunjukkan pembuktian faktor X dan Y, apakah ada di antara faktor tersebut. Analisis ini menggunakan smart PLS boosting untuk mengukur pengaruh antara masing-masing konstruk. Mengamati nilai uji t adalah salah satu cara untuk memperhitungkan hal ini antara lain. Dalam ulasan ini, nilai t memiliki tingkat tinggi standar 5% atau 1,96. Pengujian penelitian tahap ini di lakukan dengan melakukan fokus pada nilai hasil, koefisien penjaminan (R2), uji-t dengan menggunakan bootstraping, ukuran dampak (f2), signifikansi prakiraan (Q2)

Tabel 4.11 hasil uji hipotesis

variabel	Pvalue	keterangan
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,003	DITERIMA
sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,003	DITERIMA
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,000	DITERIMA

1) Sikap

Berdasarkan temuan penelitian dan pengujian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara sikap dan niat nerkunjung kembali atau hipotesis pertama (H1) adalah kuat. Hal ini didukung oleh koefisien determinasi (R2) yang memiliki nilai 0,695, nilai inner model, dan Nilai uji T sebesar 2,983, lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, nilai koefisien rute sebesar 0,000 berada di bawah threshold 0,05 yang menunjukkan bahwa H1 63 diterima. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa sikap perilaku mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali.

2) Norma subjektif

Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara norma subjektif dan niat untuk berkunjung kembali didukung oleh penelitian dan

pengujian yang telah dilakukan. Hubungan tersebut ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R²) dengan nilai 0,695, Nilai Inner Model dan t-test sebesar 2.993 yang lebih tinggi dari nilai T yang memiliki standar 1,96. Selain itu nilai koefisien rute 0,003 ada di bawah ambang batas 0,05, yang menunjukkan bahwa H2 disetujui. Jadi, dapat disimpulkan dari temuan tersebut bahwa Norma subjektif memiliki pengaruh yang menguntungkan dan secara signifikan memengaruhi Niat berkunjung kembali terhadap pengaruh niat berkunjung kembali.

3) Perilaku yang di rasakan

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Perilaku yang di rasakan dengan niat berkunjung kembali yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R²) dengan nilai sebesar 0,695 dikonfirmasi oleh hasil penelitian dan pengujian. Hubungan ini semakin diperkuat dengan nilai inner model yang menghasilkan nilai t test sebesar 7,944 yang lebih tinggi dari daripada nilai uji T yang memiliki standar uji sebesar 1,96. Selain itu hasil koefisien jalur sebesar 0,000 berada dalam kriteria minimal 0,05 yang menunjukkan bahwa H3 dapat diterima. Sehingga berdasarkan temuan tersebut dapat dikatakan bahwa Perilaku yang di rasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berkunjung kembali.

4.3. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.3.1. Pengujian Hipotesis H1 (Sikap (*attitude*) terhadap Niat Berkunjung Kembali

Dampak sikap pada harapan untuk kembali. Hipotesis pertama (H1) dapat disimpulkan memiliki hubungan yang kuat dengan sikap dan niat untuk kembali berdasarkan temuan penelitian dan pengujian. Hal ini didukung oleh koefisien jaminan (R²) yang bernilai 0,695, nilai model inward, dan uji t senilai 2,983 yang lebih tinggi dari

standar t senilai 1,96. Selanjutnya nilai koefisien mata kuliah sebesar 0,000 berada di bawah batas 0,05 yang menunjukkan bahwa H1 63 diakui.

Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa sikap perilaku mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali dan hasil di atas menerangkan bahwa hasil dari sikap terhadap niat berkunjung kembali adalah signifikan. Hasil penelitian dari menunjukkan bahwa *attitude*, sertifikasi halal, dan brand memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention* di restoran bersertifikasi halal (Legowati and Ul Albab, 2019).

4.3.2. Pengujian Hipotesis H2 (Norma Subjektif terhadap Niat berkunjung kembali)

Dampak standar abstrak pada tujuan untuk kembali. Spekulasi selanjutnya (H2), yang menyatakan bahwa ada area kekuatan yang serius antara standar emosional dan harapan untuk kembali, didukung oleh pemeriksaan dan pengujian yang telah selesai. Koefisien determinasi (R²), nilai inner model, dan nilai t-test 2,993—yang lebih tinggi dari nilai t standar 1,96 semuanya menunjukkan hubungan ini. Terlebih lagi, nilai koefisien jalur 0,003 berada di bawah tepi 0,05 yang menunjukkan bahwa H2 didukung. Dengan demikian, cenderung tertutup dari penemuan-penemuan ini bahwa standar emosional memiliki dampak yang berharga dan pada dasarnya mempengaruhi tujuan untuk kembali dengan dampak ekspektasi untuk kembali.

Hasil penelitian dari terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan, religiusitas, dan norma subjektif terhadap sikap pemudi dan niat beli. Sikap pemudi muslim terhadap niat beli kosmetik halal terdapat pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen, agama, dan norma subjektif di lingkungan konsumen terhadap produk kosmetik halal mempengaruhi sikap dan niat membeli pada produk tersebut (Rahayu and Isa, 2023).

4.3.3. Pengujian Hipotesis H3 (Perilaku yang di rasakan terhadap Niat berkunjung kembali)

Dampak perilaku yang terlihat pada tujuan untuk kembali. Spekulasi ketiga (H3), yang menyatakan bahwa ada bidang kekuatan antara perilaku melihat dan harapan untuk

kembali, ditunjukkan oleh koefisien jaminan (R^2) sebesar 0,695, yang dikonfirmasi oleh konsekuensi pemeriksaan dan pengujian. Hubungan ini juga diperkuat dengan nilai model internal yang menghasilkan nilai uji t sebesar 7,944 yang lebih tinggi dari nilai t standar sebesar 1,96. Selain itu, cara koefisien aftereffect 0,000 berada di dalam aturan dasar 0,05 yang menunjukkan bahwa H_3 di terima.. Sehingga berdasarkan penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa perilaku yang di rasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hasil dari penelitian ini adalah Pertama, Sikap dan Kontrol Perilaku yang dirasakan signifikan berpengaruh terhadap niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau (Derizal et al., 2023).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.KESIMPULAN

Berikut ini dapat di tarik kesimpulan dari temuan analisis di atas dan pembahasan yang telah di lakukan pada penelitian Analisis Niat Berkunjung Kembali Masyarakat Terhadap Wisata Religi:

1. Pada penelitian ini H1 Sikap (*Attetude*) berpengaruh signifikan terhadap Niat berkunjung kembali. Hal ini mungkin di karenakan sikap mempengaruhi niat masyarakat secara menyeluruh meliputi niat berkunjungdan niat perilaku masyarakat dalam menyikapi wisata religi.
2. Penelitian ini menemukan bahwa Norma Subjektif berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Niat berkunjung kembali. Ini karena tekanan sosial sangat berpengaruh terhadap keputusan untuk berkunjung kembali. Tekanan tersebut bersifat menyeluruh dengan melibatkan orang di sekitarnya.
3. Pada penelitian ini menghasilkan hasil analisis perilaku yang di rasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini karena beberapa orang mudah atau sulit untuk mewujudkan niat untuk berkunjung kembali.

5.2. SARAN

1. Bagi Penyedia Tempat Wisata Religi

Kajian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan wisata religi ataupun *halal tourism* agar lebih memperhatikan beberapa aspek terutama di bagian pelayanan yang mempengaruhi sikap dan perilaku wisatawan dalam membentuk niat untuk berkunjung kembali. Agar di masa mendatang sudah terdapat berbagai aspek yang menjadi modal awal untuk memajukan wisata religi dengan tujuan supaya masyarakat dapat dengan mudah menjalankan ibadah spiritual dengan cara melakukan wisata religi.

2. Peneliti Selanjutnya

Dalam mencari sumber informasi sebaiknya lebih mengeksplorasi sejauh dan seluas mungkin sambil mencari sumber informasi untuk memaksimalkan informasi yang Anda temukan. Selain itu, peneliti menawarkan definisi yang lebih spesifik untuk memperoleh sumber yang lebih akurat, dan jika memungkinkan dapat menggunakan pendekatan wawancara langsung untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar. Peneliti kemudian ingin memperluas dan meningkatkan model

TPB untuk mengungkap sudut pandang yang signifikan pada topik yang sedang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 1985. "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior." *Action Control* 11–39.
- Ajzen, Icek. 1988. *Attitudes, Personality and Behavior*. Milton Keynes SE -: Open University Press.
- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Ajzen, Icek. 2001. "Nature and Operation of Attitudes." *Annual Review of Psychology* 52(February 2001):27–58. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.27.
- Ajzen, Icek. 2002. "Diagnosis, Management, and Treatment of Hepatitis C: An Update." *Hepatology* 49(4):1335–74. doi: 10.1002/hep.22759.
- Ajzen, Icek. 2012. "The Theory of Planned Behavior." *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1* (January 2012):438–59. doi: 10.4135/9781446249215.n22.
- Amalina, Dina. 2017. "FAKTOR YANG MEMENGARUHI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTRE KABUPATEN ROKAN HULU." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* 4(1):1–19. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- Anggraini, Edyta Mutiara, and Nono Wibisono. 2022. "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Niat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Destinasi Wisata : Studi Kasus Dago Dream Park Bandung." 13–14.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta : 2006.
- Aryadhe, Trisdayana, Alit Suryani, and Ida Bagus Sudiksa. 2018. "Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(3):1452–80.
- Azizah, Lailatul. 2021. "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 4(2):18–36. doi: 10.15642/manova.v4i2.414.

- Darmawan, Darwis, and Siti Fadjarajani. 2016. "Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan." *Jurnal Geografi* 4(24):37–49.
- Derizal, Joko Haryono, Flavina Maria Olivia Lasut, S. Pantja Djati, and Nurbaeti. 2023. "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Berkunjung Ke Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota." *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 9(1):150–63. doi: 10.37567/alwatzikhoebillah.v9i1.1635.
- Djollong, Andi Fitriani. 2014. "Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research)." *Istiqlah : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam* 2(1):86–100.
- Fitria, Tira Nur. 2016. "Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2(03):29–40. doi: 10.29040/jiei.v2i03.3.
- Ghani, Reza Dian Dasangga, and Ririn Tri Ratnasari. 2022. "Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi : Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan." *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan* 6:219–40. doi: 10.34013/jk.v6i02.724.
- Han, H and Ryu, K. 2007. "Food Safety in the Formal Food Service Sector: A Communication Study." *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 15(4):25–54.
- Jani, Dev, and Heesup Han. 2014. "Personality, Satisfaction, Image, Ambience, and Loyalty: Testing Their Relationships in the Hotel Industry." *International Journal of Hospitality Management* 37:11–20. doi: 10.1016/j.ijhm.2013.10.007.
- Juliana, Juliana, A. Jajang W. Mahri, Azkiya Rahmah Salsabilla, Mumuh Muhammad, and Iman Sidik Nusannas. 2023. "The Determinants of Muslim Millennials' Visiting Intention towards Halal Tourist Attraction." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14(3):473–88. doi: 10.1108/JIABR-02-2021-0044.
- Kemalasar, A. S., and A. Sugiri. 2023. "Persepsi Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Religi Kota Semarang (Kajian Kuantitatif Di Kawasan Masjid Besar Kauman)." *Tataloka* 81–94. doi: 10.14710/tataloka.25.2.81-94.

- Kuntoro, Antonius Yadi, Moh. Arie Hasan, Dedi Dwi Saputra, and Dwiza Riana. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM Dengan PLS." *Jurnal Informatika* 6(1):122–33. doi: 10.31311/ji.v6i1.5527.
- Lee, Tsung Hung. 2009. "A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude, and Motivation Affect the Future Behavior of Tourists." *Leisure Sciences* 31(3):215–36. doi: 10.1080/01490400902837787.
- Legowati, Diah Ayu, and Farah Nisa Ul Albab. 2019. "Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi Dan Brand Terhadap Purchase Intention Di Restoran Bersertifikasi Halal." *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 2(1):39. doi: 10.12928/ijiefb.v2i1.787.
- Lestari, Andini Ayu, Ahmad Sururi, and Rethorik Berthanilla. 2020. "Pengaruh Revitalisasi Kawasan Banten Lama Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Kawasan Religi Keraton Kesultanan Banten Di Kecamatan Kasemen Kota Serang PENDAHULUAN Provinsi Banten Merupakan Kota Yang Memiliki Banyak Tempat-Tempat Wisata Yang Dapat Dikunj." 7(X):1–13.
- Mulyana, Andy, and Devi Ayuni. 2017. "Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor." *Jurnal Manajemen Indonesia* 16(3):163. doi: 10.25124/jmi.v16i3.333.
- Nesa Ibnu Sina, dan Muchamad Zaenuri. 2021. "Pengembangan Objek Pariwisata Halal Melalui Sumber Daya Manusia." *JPK: Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan* 2(2):81–101. doi: 10.37598/jsi.v1i1.1319.
- Putri, Tanti Anisa, Lusianus Kusdiby, Wahyu Rafdinal, Kata Kunci, Wisata Alam, and Niat Berkunjung. 2021. "Analisa Persepsi Wisatawan Terhadap Faktor Pembentuk Niat Berwisata Alam Pasca Pandemi COVID-19." *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar* 4(5):1423–27.
- Rahayu, Aditya, and Muzakar Isa. 2023. "Analysis of The Influence of Knowledge, Religion, And Subjective Norm On Attitude Of Muslim Youth In Purchasing Intention To Halal Cosmetic Products (Case Study In Solo Raya) Analisis Pengaruh Pengetahuan , Religiusitas , Dan

- Norma Subjektif Terhadap Si.” 4(April):3568–359.
- Rahmawati, S. 2022. “Studi Kelayakan Wilayah Makam Wisata Religi (Makam Syekh Syarif Hidayatullah Sunan Gunung Jati Cirebon Jawa Barat).” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Ramadanti, Desna. 2023. *Pengaruh Sikap Dan Persepsi Halal Terhadap Niat Berkunjung Destinasi Wisata Halal Pada Komunitas Islam Berbasis Theory of Planned Behavior*.
- Ridha, Nikmatur. 2017. “Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian.” *Jurnal Hikmah* 14(1):672–73. doi: 10.1111/cgf.13898.
- Sari, Firdausa Kumala, Novita Safitri, and Wahyu Anggraini. 2019. “Persepsi, Sikap Dan Minat Pariwisata Halal Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* 2(2):137. doi: 10.12928/ijiefb.v2i2.857.
- Sari, Nur Indah, Firdaus Wajdi, and Sari Narulita. 2018. “Peningkatan Spiritualitas Melalui Wisata Religi Di Makam Keramat Kwitang Jakarta.” *Jurnal Online Studi Al-Qur’an* 14(1):44–58. doi: 10.21009/jsq.014.1.04.
- Suaibah, Lilis. 2017. “Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona.” *Jurnal Pamator* 10(2):146–51.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D / Sugiyono*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 1st ed. Penerbit Alfabeta : Bandung., 2016.
- Sukmaningrum, Swastinitya, and Mudji Rahardjo. 2017. “Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory of Planned Behavior.” *Diponegoro Journal Of Management* 6(3):1–12.

LAMPIRAN

A. LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Pengantar

Assalamua'alaikum Wr. Wb,

Bapak, Ibu, Saudara/i yang terhormat,

Perkenalkan, Saya Mahasiswa Aktif Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini kami sedang melakukan penelitian dengan topik "Analisis Minat Masyarakat terhadap Wisata Religi

Wisata Religi adalah salah satu bagian dari wisata halal yang sedang berkembang ataupun di kembangkan di sebagian wilayah Indonesia. Adapun bentuk dari wisata religi adalah kunjungan di lokasi/daerah yang mengandung sejarah keislaman, seperti kunjungan ke masjid bersejarah, ziarah ke makam ulama yang berpengaruh dan sebagainya.

Saya memohon ketersediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 5-8 menit untuk mengisi kuesioner penelitian. Semua data dan informasinya yang Bapak, Ibu, Saudara/i isi bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Segala bentuk pertanyaan, kritik, dan saran terhadap penelitian ini dapat disampaikan melalui email 1931306@students.uii.ac.id.

Saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan ketersediaan Bapak, Ibu, Saudara/i dalam berpartisipasi dalam penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya,

Peneliti

Ahmad Farid Abdul Jalal

B. Intruksi Penelitian

Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami saat ini. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pilihlah pada salah satu kolom jawaban yang tersedia mulai dari angka 1 s/d 5 untuk setiap item pertanyaan yang disediakan sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.
2. Apabila Bapak/Ibu/Saudara/i setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi disebelah kanan. Semakin mendekati angka 5 maka Bapak/Ibu/Saudara/i semakin setuju atau semakin mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.
3. Apabila Bapak/Ibu/Saudara/i tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah di sebelah kiri. Semakin mendekati angka 1 maka Bapak/Ibu/Saudara/i semakin tidak setuju atau semakin tidak mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Terima kasih

C. Data Responden

Nama :

1. Jenis Kelamin : Laki-laki
Perempuan
2. Status : Sudah Menikah
Belum menikah
3. Umur : Di bawah 15 tahun
16 – 25 tahun
46 – 50 tahun
51 tahun ke atas
4. Pendidikan : Lulusan SMA Sederajat

- Lulusan Sarjana (S1)
 Lulusan Master (S2)
 Lulusan Doktor (S3)
5. Pekerjaan : Mahasiswa/pelajar
 Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Pengusaha/Wiraswasta
 Ibu Rumah Tangga
6. Pengeluaran per bulan : Dibawah Rp 1.000.000
 Rp 1.100.000 - Rp 2.500.000
 Rp 2.600.000 - Rp 5.000.000
 Rp 5.100.000 - Rp 7.500.000
 Rp 7.600.000 - Rp 10.000.000
 Rp 10.100.000 - Rp 12.500.000
 RP 12.500.000 - Rp 15.000.000
 Di atas Rp 15.100.000
7. Pengeluaran untuk kegiatan wisata religi: Di bawah Rp100.000
 Rp 101.000 - Rp 250.000
 Rp 251.000 - Rp 500.000
 Rp 501.000 - Rp 750.000
 Rp 751.000- Rp 1.000,000
 Lebih dari Rp 1.000.000
8. Asal Daerah : Nanggore Aceh Darussalam
 Sumatera Utara
 Sumatera Selatan
 Sumatera Barat
 Bengkulu: Bengkulu Riau

Kepulauan Riau
Jambi
Lampung
Bangka Belitung
Kalimantan Barat
Kalimantan Timur
Kalimantan Selatan
Kalimantan Tengah
Kalimantan Utara
Banteng
DKI Jakarta
Jawa Barat
Jawa Tengah
DI Yogyakarta
Jawa Timur
Bali
Nusa Tenggara Timur
Nusa Tenggara Barat
Gorontalo
Sulawesi Barat
Sulawesi Tengah
Sulawesi Utara
Sulawesi Tenggara
Sulawesi Selatan
Pulau Maluku & Papua Maluku Utara
Maluku
Papua Barat
Papua (Daerah Khusus

9. Wisata Religi

Wisata religi adalah kunjungan di lokasi/daerah yang mengandung sejarah keislaman, seperti kunjungan ke masjid bersejarah, ziarah ke makam ulama yang berpengaruh dan sebagainya.

Wisata religi yang pernah di kunjungi:

1. Masjid Menara Kudus Berlokasi di Kudus, Jawa Tengah
2. Makam Sunan Kudus Berlokasi di Kudus, Jawa Tengah
3. Makam Sunan Muria Berlokasi di Kudus, Jawa Tengah
4. Masjid Agung Demak Berlokasi di Demak, Jawa Tengah
5. Makam Kadilangu Berlokasi di Demak, Jawa Tengah
6. Makam Sunan Kalijaga Berlokasi di Demak, Jawa Tengah
7. Masjid Agung Jawa Tengah Berlokasi di Semarang, Jawa Tengah
8. Makam Syech Subakir Berlokasi di Magelang, Jawa Tengah
9. Makam K. Hasan Mangli Berlokasi di Boyolali, Jawa Tengah
10. Masjid Agung Surakarta Berlokasi di Surakarta, Jawa Tengah
11. Masjid Agung Kotagede Berlokasi di Bantul, Yogyakarta
12. Masjid Gedhe Kauman Berlokasi di Yogyakarta
13. Makam Raja-Raja Imogiri Berlokasi di Bantul, Yogyakarta
14. Makam Ki Ageng Pandanaran Berlokasi di Klaten, Jawa Tengah
15. Makam Sunan Ampel Berlokasi di Surabaya, Jawa Timur
16. Masjid Sunan Ampel Berlokasi di Surabaya, Jawa Timur
17. Makam Sunan Drajat Berlokasi di Lamongan, Jawa Timur
18. Makam Gus Dur Berlokasi di Jombang, Jawa Timur
19. Masjid Aschabul Kahfi Berlokasi di Tuban, Jawa Timur
20. Masjid Agung Tuban & Makam Sunan Bonang di Tuban, Jawa Timur
21. Makam Syech Maulana Malik Ibrahim di Gresik, Jawa Timur
22. Keraton Surosowan Berlokasi di Banten, Jawa Barat
23. Keraton Kasepuhan Cirebon Berlokasi di Cirebon, Jawa Barat
24. Makam Sunan Giri & Sunan Gresik Berlokasi di Gresik, Jawa Timur

25. Makam Syaikhona Kholil di Bangkalan Madura, Jawa Timur
26. Makan Sunan Gunung Jati Berlokasi di Cirebon, Jawa Barat
27. Masjid Luar Batang Berlokasi di Jakarta Utara, DKI Jakarta
28. Istana Maimun Berlokasi di Sumatera Utara
29. Masjid Raya Baiturrahman Berlokasi di Aceh Darussalam
30. Destinasi Religi Lainnya

D. KUISIONER

1. SIKAP

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Wisata religi adalah wisata pilihan saya					
2	Wisata religi merupakan wisata yang aman					
3	Wisata religi merupakan wisata yang menyenangkan					
4	Wisata religi adalah wisata yang penting					

2. NORMA SUBJEKTIF

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Teman dekat (sahabat) saya mempengaruhi keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi					
2	Kerabat dekat (Orang tua tau saudara) saya mempengaruhi keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi					
3	Orang yang penting (orang tua, kyai, ustad, atau ulama) bagi saya mempengaruhi keputusan saya					

	untuk memilih lokasi wisata religi					
4	mempengaruhi keputusan saya untuk memilih lokasi wisata religi					

3. PERILAKU YANG DI RASAKAN

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya akan gunakan waktu luang saya untuk mengunjungi lokasi wisata religi					
2	Saya berusaha untuk mengunjungi lokasi wisata religi meskipun lokasi jauh					
3	Saya berusaha mengunjungi lokasi wisata religi walaupun infrastruktur (jalan dan kendaraan) terbatas					
4	Saya berusaha mengunjungi lokasi wisata religi meskipun biaya mahal					

4. NIAT BERKUNJUNG KEMBALI

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berniat untuk segera mengunjungi lokasi wisata religi lagi					
2	Saya berniat tahun depan mengunjungi lokasi wisata religi lagi					

3	Saya berniat mengunjungi lokasi wisata religi setiap tahun					
4	Saya berniat kembali mengunjungi lokasi wisata religi setiap ada hajat/keinginan (mendapatkan rejeki, jodoh, selamat dll)					

Keterangan : (X1.1 - X1.4) Sikap

(X3.1 – X3.4) Niat Berkunjung Kembali

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	4	5	5	4	4	4	4
2	3	2	3	2	2	1	3
4	4	3	3	5	5	5	3
4	5	5	5	5	5	5	4
3	4	3	4	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	2
3	4	4	3	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5	5	5

3	5	3	5	3	3	3	3
3	3	4	5	4	4	4	2
5	5	4	5	4	4	4	2
4	4	5	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	1	1	3	1
3	3	3	4	3	2	2	1
4	3	4	3	3	3	3	3
2	4	3	5	3	3	2	1
3	5	3	4	3	4	2	1
3	4	2	2	3	4	4	3
3	5	5	3	3	5	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	3
4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	3	3	2	2
3	5	3	4	4	4	3	3
4	4	5	4	3	3	3	2
1	3	3	3	3	3	3	3
1	5	4	5	4	5	4	1
5	5	5	5	5	5	5	1
5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	2
4	4	5	5	5	4	4	4
3	5	4	4	4	3	3	3

4	5	4	5	3	3	2	3
3	4	4	5	4	3	3	3
2	2	3	2	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4
3	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	1
4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	1
5	5	5	5	5	5	5	1
4	5	5	4	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3
5	4	5	5	5	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
3	5	5	5	4	4	4	4
3	5	4	4	4	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	3
3	4	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	4	3	3	3
4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	1	1	3	3	2	1
5	5	5	5	5	4	4	3
2	2	2	3	2	2	2	1

3	4	4	4	3	4	3	3
3	4	4	5	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	2	1
3	1	3	3	3	3	2	2
5	5	5	5	3	3	3	4
5	5	5	5	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4	4	3
2	4	4	5	3	3	3	1
3	5	5	5	3	1	1	1
3	3	4	4	4	4	3	3
3	5	5	5	5	5	5	3
3	5	5	5	4	3	3	4
4	5	5	5	3	3	3	3
5	4	4	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	2	1
5	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	5	4	4	5
3	4	3	4	3	3	4	3
3	4	4	5	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	3
3	5	4	5	3	4	3	4
5	5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4	4	4

4	4	5	5	4	4	3	3
1	5	5	4	3	3	3	1
3	5	4	5	3	2	2	1
3	5	5	5	4	4	3	1
4	5	5	5	5	4	4	3
4	5	4	3	5	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	2	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	5	4	5	5	5	2
3	3	3	3	5	3	3	1
4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	4	5	5	4	1
4	4	5	4	4	4	4	1
5	5	5	5	5	5	5	1
3	3	3	3	3	3	2	1
3	5	5	5	3	3	3	1
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	5	3	3	2	2
4	4	4	5	4	4	4	3
5	4	4	5	5	4	4	5
3	5	4	4	4	3	3	2
4	4	4	4	4	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	3
3	5	3	3	2	3	2	1

3	5	5	5	3	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	5	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	1
5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	4
3	3	3	3	2	2	2	2
1	2	4	2	1	4	1	5
3	4	4	4	3	3	4	4
2	3	3	2	4	3	2	2
3	3	3	3	3	3	2	3
3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	3	2
4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	2	2
3	4	4	4	4	3	2	4
5	5	5	3	4	5	5	3
5	5	4	4	4	4	3	1
4	5	4	5	5	4	5	4
3	4	3	5	3	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	4	3	3	2	2	1

2	3	3	3	3	3	3	3
3	5	3	5	3	3	2	3
5	3	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	3	5	5	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	4	4	4	3	3
5	5	5	5	4	4	3	2
3	3	3	4	4	3	3	3
3	5	4	5	4	4	4	1
5	5	5	4	5	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
3	5	5	5	3	4	4	3
5	5	4	5	4	4	4	2
2	2	3	2	2	1	1	1
3	1	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	3	2
4	4	4	3	4	4	4	3
2	4	4	4	3	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	4	3	3	3	2	4
3	5	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	4	3	3	4

4	4	4	5	4	4	4	3
5	4	4	4	5	4	4	4
4	3	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	3	3	3	1
3	4	4	3	3	3	2	3
3	3	3	3	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	3	4	2
1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	4	1
3	4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	3	3	3	2
3	3	3	3	1	1	1	2

Keterangan : (Y2.1 – Y2.4)
(Y4.1 – Y4.4)

Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4
4	4	4	4	3	4	3	4
3	3	3	1	1	2	3	3
3	5	5	3	4	4	3	4
4	5	5	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
3	5	5	2	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	1	2
3	5	5	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3
4	4	5	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	2	5	4	5
4	4	4	2	2	1	1	1
2	4	3	3	3	2	3	2

3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	2	2
3	4	3	4	2	1	1	1
3	3	4	4	3	4	3	2
4	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	5	5	5	5
4	4	5	5	3	4	3	4
4	5	5	5	4	4	4	5
3	4	4	3	3	3	2	2
3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	2	3	4
4	3	5	5	3	3	3	3
4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	3	4	5	4	5	4
5	5	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	3	3	4	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	2	2	1

5	5	5	4	5	5	5	3
1	1	2	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	5	5
1	1	2	1	3	3	3	2
3	5	5	3	3	5	5	4
3	3	3	3	3	2	2	2
2	2	3	3	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	5	3	2	4	3	3
5	4	5	4	4	5	4	5
1	1	1	3	5	5	5	5
3	3	3	1	2	1	1	1
3	4	5	3	3	4	4	4
2	2	3	2	2	2	1	3
2	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	4
2	2	2	2	2	3	2	2
4	4	5	5	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3
1	2	1	4	3	3	3	3
2	2	2	1	3	2	2	2

3	3	3	3	2	2	2	2
3	3	4	3	3	3	2	2
3	3	4	4	3	3	2	3
3	4	5	3	4	3	2	2
4	4	5	4	4	3	2	2
2	2	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	2	4	3	3	3
2	2	2	2	3	2	3	3
3	3	5	5	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	4
3	5	5	2	3	3	4	3
5	5	5	4	4	3	3	3
4	3	4	2	4	2	3	2
3	3	3	1	3	3	3	3
2	3	2	3	3	3	3	3
2	2	2	2	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4
5	4	4	5	4	4	4	3
3	3	4	3	3	4	3	3
3	5	5	4	5	5	5	5

3	2	1	2	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	5	3	5	3	3	1
2	3	4	2	3	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	5	3	4	4	2	2
3	3	3	4	4	4	3	3
5	5	5	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	2	2	2
1	1	3	1	3	3	1	1
4	4	3	3	3	3	2	3
4	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	2	2
3	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	5	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	3
1	1	1	1	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	2
5	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3

4	4	5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	3	5
3	3	3	3	2	2	2	2
3	3	1	2	4	2	1	2
4	3	4	3	3	4	3	4
2	2	3	5	4	3	3	4
2	2	2	2	3	2	2	2
2	2	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5	4	4
2	2	3	3	2	4	3	2
4	4	5	5	4	4	4	4
2	2	2	2	3	3	2	2
3	5	5	3	4	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	1
2	2	3	3	5	3	3	3
4	5	4	5	5	4	5	4
3	5	4	3	4	2	4	5
4	5	5	5	5	4	4	5
1	1	3	3	3	3	2	3
3	3	2	3	4	3	3	3
2	2	3	2	3	2	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	2	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	5	4	4	4	4	4
1	1	1	5	5	5	5	5
4	5	5	5	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5	5	5
3	3	3	3	4	4	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3
5	2	5	2	4	3	2	1
3	3	4	3	4	3	3	3
3	3	1	1	2	2	2	1
5	3	5	3	3	3	1	1
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	2	3	3	4	3	3
5	4	4	2	4	4	4	3
2	3	3	3	3	2	2	1
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	3	5	4	3	4	4
4	5	4	4	4	3	5	2
5	5	5	5	4	4	4	5
2	2	3	3	3	3	2	2
2	2	3	2	3	2	2	3
4	4	4	3	3	3	2	2

3	1	3	2	2	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	3	3	2
3	5	5	2	5	5	2	1
3	3	4	2	4	2	5	3
2	2	1	3	2	2	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
3	4	5	5	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	3
3	3	4	2	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	4	4	4	4	3	4
1	3	3	3	2	3	2	2

Hasil Uji Individu Item Reability

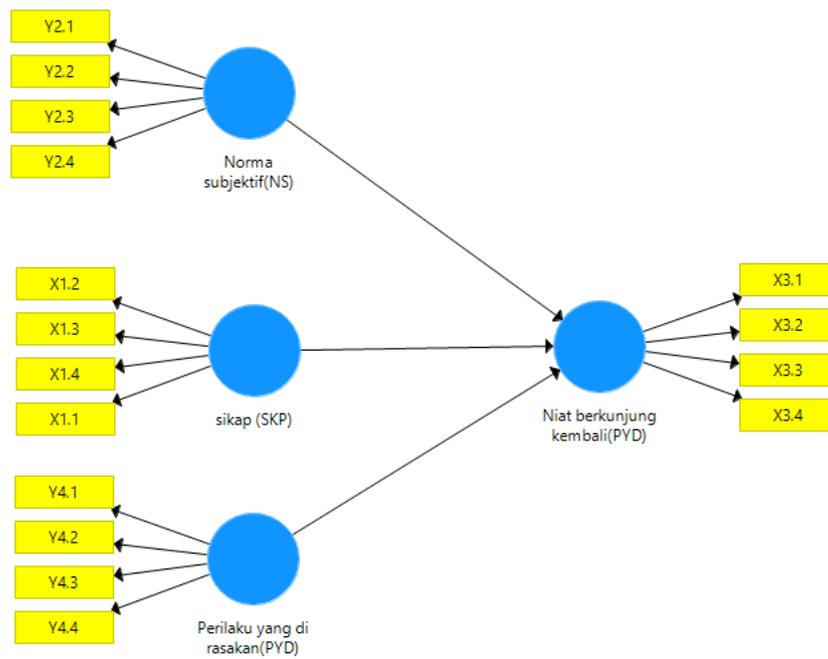
INDIKATOR NBK NS PYR S
S 0,838

S		0,818
S		0,904
S		0,855
NBK	0,877	
NBK	0,919	
NBK	0,915	
NBK	0,712	
NS	0,869	
NS	0,891	
NS	0,852	
NS	0,772	
PYD	0,869	
PYD	0,891	
PYD	0,852	
PYD	0,772	

hasil uji internal consistency Reliability

variabel	Composite reliability
Norma subjektif	0,918
Sikap	0,910
Niat Berkunjung Kembali	0,929
Perilaku Yang Dirasakan	0,915

Hasil Outer Model



1. Hasil Analisis Struktur Model (Inner Model)

Hasil Uji Path Coefficient

variabel	P value
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,001
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,016

sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)

0,005

Hasil Uji coefficient of determination (R^2)

Variabel	R square
Niat Berkunjung kembali	0,695

Hasil uji t-test

variabel	T Statistic/T Test
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	2,993
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	7,944
sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)	2,938

Model fit

	Model saturated	Model estimated
SRMR	0,072	0,072
d_ULS	0,697	0,697

d_G	0,295	0,295
Chi_Square	359,761	359,761
NFI	0,857	0,857

hasil uji hipotesis

variabel	Pvalue	keterangan
Norma subjektif(Y2) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,003	DITERIMA
sikap (X1) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,003	DITERIMA
Perilaku yang di rasakan(Y4) -> Niat berkunjung kembali(X3)	0,000	DITERIMA