

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
KUNJUWISATAWAN RELIGI DI KABUPATEN DEMAK  
(studi pada Masjid Agung Demak)**

**ANALISYS OF FACTORS THAT INFLUENCE INTEREST IN VISITING  
TOURIST IN THE DISTRICT OF DEMAK  
( study at the Grand Mosque Demak)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



oleh:

**FATIKHA HAYURA WARDANI**

**20140430020**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan religi di kabupaten Demak (studi pada Masjid Agung Demak). Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang di Masjid Agung Demak. Dalam penelitian ini mengambil sampel berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan *random sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa biaya perjalanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisata religi, pendapatan berpengaruh secara tidak signifikan dan negatif terhadap minat kunjungan wisata religi, pendidikan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisata religi, kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap jumlah kunjungan wisata religi, fasilitas berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap minat kunjungan wisata religi Masjid Agung Demak.

Kata kunci : Biaya perjalanan, Pendapatan, Pendidikan, Kepercayaan, Fasilitas dan Minat Kunjungan Wisata Religi Masjid Agung Demak.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the Factors Affecting the Number of Religious Tourist Visits in Demak Regency (a study in the Great Mosque of Demak). The objects in this study were visitors who came to the Great Mosque of Demak. In this study, a sample of 100 respondents were selected using random sampling. Analysis tool used in this study is the Multiple Linear Regression Analysis.

Based on the analysis that have been made the result show are the travel costs have a significant and positive effect on the number of religious tourism visits, income does not have a significant and negative effect on the number of religious tourism visits, education has a significant and positive effect on the number of religious tourism visits, trust have a significant and positive effect on the number of religious tourism visits, amenities have a significant dan negative effect on the number of religious visits of the Great Mosque of Demak.

**Keywords:** Travel cost, Income, Education, Trust, Amenities and interest in visiting religious tourist in the great mosque of Demak.

## **PENDAHULUAN**

Perubahan paradigma pembangunan dari era sentralisasi menuju desentralisasi sebagaimana tertuang dalam UU No.32 Tahun 2004 tentang otonomi daerah, memberi konsekuensi dan kewenangan pada daerah untuk menggali dan memberdayakan berbagai potensi yang dimiliki sebagai penerimaan daerah yang dapat digunakan sebagai modal pembangunan tanpa harus bergantung pada pemerintah pusat. Dengan pemberian kewenangan yang luas kepada daerah, menuntut kabupaten atau kota piawai mengeksplorasi, mengembangkan dan mengelola semua potensi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat termasuk potensi sektor pariwisata.

Indonesia adalah semua negara besar dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, yakni sebesar 207.176.162(BPS, 2010). Selain kaya dan indah juga mempunyai keunikan tersendiri yang jarang dimiliki oleh negara manapun di dunia. Keunikan itulah sejatinya yang diharapkan mempunyai nilai jual tinggi kepada bangsa lain di dunia internasional. Bukankah keunikan itu adalah rahmat, sekaligus amanah yang harus tetap dijaga dan dipelihara oleh bangsa Indonesia dalam kapasitasnya sebagai khalifatullah di muka bumi. Untuk memajukan pariwisata di Indonesia dapat ditempuh dengan cara pendekatan atau menempatkannya dalam bingkai syariah islam. Pariwisata syariah bukan hanya wisata religi saja seperti tempat-tempat ibadah, makam para wali maupun peninggalan sejarah.

Sektor pariwisata merupakan salah satu bisnis berpotensi di bidang jasa dengan perkembangan yang pesat dan diharapkan dapat menjadi masa depan baru

yang lebih baik untuk negara Indonesia. Dunia pariwisata yang terus maju dan berkembang di Indonesia ini ditandai dengan adanya kebutuhan transportasi pendukung yang terus meningkat yang diikuti dengan peningkatan kebutuhan akomodasi seperti restoran, penginapan dan berbagai hal lainnya yang terkait seperti biro perjalanan, penukaran valuta asing, informasi pariwisata, objek dan daya tarik wisata.

Ada dua faktor yang menjadi akibat dari kemajuan pariwisata, yang pertama adalah pendapatan perkapita yang terus mengalami peningkatan serta adanya perpindahan penduduk diberbagai wilayah di Indonesia dengan berbagai motivasinya. Kedua, ditunjukkannya perkembangan politik dunia yang semakin baik dengan terwujudnya berbagai bentuk perdamaian serta adanya kerjasama internasional yang semakin baik. Pada kondisi seperti ini tentunya dunia pariwisata akan memberikan keuntungan dan manfaat bagi suatu negara yang menjadi tujuan wisata, yang sekaligus juga memberikan dampak kerugian yaitu terkait dengan kebudayaan setempat serta lingkungan.

Keuntungan yang paling utama pada sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain seperti sektor pertanian dan peternakan untuk berkembang produknya sehingga bisa menunjang industri pariwisata. Selain itu dapat memberikan sumbangan neraca pembayaran dalam mendatangkan devisa dan menciptakan kesempatan kerja, serta bagi masyarakat di negara penerima wisatawan tersebut untuk meningkatkan tingkat pendapatan dan standar hidup mereka.

Pariwisata dengan berbagai aktivitasnya akan berimplikasi pada sektor ekonomi lainnya seperti konsumsi dan produksi barang dan jasa yang terlibat langsung dengan dunia pariwisata tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya dunia pariwisata sangat terkait dengan sektor lain dan tidak dapat berdiri sendiri. Oleh karena itu akan ada berbagai produk dan jasa pendukung pariwisata akan ikut berlomba untuk mendapatkan keuntungan dengan berkembangnya dunia pariwisata tersebut. Persaingan ini akan mendorong industri dan perusahaan baik jasa maupun barang untuk tampil berbeda dengan menunjukkan keistimewaannya. Bentuk-bentuk perbedaan ini terjadi diberbagai sektor seperti besar kecilnya perusahaan, cara pengelolaan serta cara pemasaran, sehingga tidak hanya pada jasa yang dihasilkan saja (Tahwin, 2003).

Wisatawan akan memilih tempat-tempat wisata yang telah berkembang dan mudah diakses dengan berbagai fasilitas dan kemudahannya. Obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh banyak wisatawan tentu saja akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Dampak positifnya adalah peningkatan perekonomian, kehidupan sosial masyarakat dan sebagainya, sementara dampak negatifnya adalah perubahan kebudayaan karena pengaruh kebudayaan para wisatawan. Namun demikian sumber daya alami yang berdampak pada ber kunjungnya banyak wisatawan ini memberikan dampak pada dalam segi ekonomi yakni menambah pendapat devisa negara jika mampu diberdayakan secara baik dan benar (Yoeti, 2008).

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014) yang menyamakan bahwa minat

berkunjung wisatawan sama dengan minat pembeli konsumen. Pengertian minat menurut Susanto dan Kotler (2000) bahwa minat sebagai dorongan yaitu rangsangan internal yang kuat memotivasi tindakan atau pernyataan minat untuk berkunjung ulang, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Dalam penelitian faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi niat beli adalah persepsi wisatawan sendiri terhadap kualitas daya tarik wisata.

Permintaan pariwisata adalah sesuatu yang menghubungkan jumlah wisatawan (Wahab, 2003). Permintaan pariwisata dibagi menjadi permintaan yang potensial dan permintaan yang sebenarnya. Permintaan potensial merupakan jumlah orang yang berpotensi melakukan perjalanan wisata. Permintaan sebenarnya yaitu orang yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, artinya wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah wisata.

Faktor-faktor yang menentukan permintaan terhadap daerah kunjungan wisata yaitu, harga, daya tarik wisata, fasilitas yang tersedia, pelayanan lainnya seperti transportasi lokal, hiburan, jembatan, tenaga listrik dan air bersih, informasi umum terhadap daerah wisata sebelum wisatawan melakukan perjalanan wisata dan performa wisata (Shomol dalam Yoeti 2008).

Wisata religi adalah suatu kegiatan perjalanan wisata untuk memperkaya wawasan keagamaan dan memperdalam rasa spiritual di dalam diri agar jiwa yang kosong kembali terisi oleh hikmah-hikmah religi. Tujuan wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas dan bersifat cukup personal. Tempat-tempat yang menjadi tujuan wisata religi seperti dari sisi yang bisa membangkitkan rasa

religius seperti masjid, makam para wali dan tempat bersejarah yang ada nilai religinya. Kelompok masyarakat terstruktur dalam kegiatan berwisata sudah menjadi agenda rutin setiap tahun dan pada hari tertentu. Apabila para pemangku kepentingan di area objek wisata religi yaitu pemerintah daerah setempat, termasuk desa yang memiliki kawasan wisata dan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata bersinergi untuk mengelola dan mengembangkan wisata secara baik akan menjadi sektor pariwisata yang prospektif dan berdampak pada kemakmuran masyarakat.

Menurut pendit (dalam buku ilmu Pariwisata: sebuah pengantar pertama) menyatakan bahwa wisata yang terkait dengan sejarah, agama, kepercayaan atau adat istiadat atau juga wisata terhadap suatu kelompok masyarakat disebut dengan wisata ziarah. Wisata religi sia dilakukan secara kelompok atau perorangan dengan mengunjungi objek-objek yang berwisata dan berkaitan erat dengan islam seperti tempat ibadah, tempat-tempat yang dianggap suci, makam para orang besar atau pimpinan yang diagungkan, bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin.

Jawa Tengah adalah salah satu provinsi di pulau jawa yang terletak pada jalur perlintasan antara Jawa Barat dengan Jawa Timur, sehingga banyak wisatawan lebih sering melewati Jawa Tengah karena hanya sebagai daerah perlintasan. Apabila para wisatawan bisa ditarik untuk menghabiskan waktunya di Jawa Tengah meski dalam waktu sehari sudah memberikan dampak positif untuk pengembangan bisnis wisata. Dengan demikian, industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting untuk dikembangkan.

Demak adalah sebuah kabupaten yang berada di antara kota Semarang, Jepara, Kudus, Grobogan tepatnya pada 30 kilometer dari kota Semarang ke arah Jawa Timur. Luas wilayah Demak sekitar 89.743 ha dengan ketinggian 0-100 DP. Kabupaten demak sangat kental dengan sejarah penyiaran Islam di pulau Jawa oleh karena mendapatka julukan sebagai Kota Wali sebab kaya jejak peninggalan Wali Sanga atau Wali sembilan yang dahulu aktif berdakwah pada masa awal penyiaran Islam. Banyaknya peninggalan para Wali itu membuat Kota Demak sebagai salah satu kota yang terkenal dengan wisata religi. Saat ini wisata religi menjadi salah satu wisata yang banyak diminati oleh wisatawan. Wisata ini sekarang dijadikan sebagai kegiatan rutin tahunan dan pada hari tertentu, pengunjungnya dari kalangan kelompok masyarakat sekitar, pelajar dan para wisatawan nusantara sampai mancanegara.

Pariwisata di Kabupaten Demak merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikelola, dikembangkan, dan dipasarkan, mengingat potensi objek wisata yang dimiliki Kbupaten Demak sangat beragam. Potensi pariwisata di Kbupaten Demak sangat besar terutama pariwisata religi dan peninggalan sejarah berupa Masjid Agung Demak, museum, makam sultan dan raja-raja Demak, serta makam Sunan Kalijaga di Kdilangu. Jumlah wisatawan yang datang mencapai 1,85 juta orang merupakan terbesar nomor dua di Pulau Jawa setelah objek wisata Borobudur. Kondisi ini sangat menjajikan bagi pengembangan investasi i kabuapten Demak karena dengan kemasan yang terpadu akan mempunyai multiplier effect yang sangat luas, terutama dalam mendukung pengembangan industri kerajinan. Kemasan paket kegiatan lain sebagai

pendukung pariwisata sebagai kegiatan rutin tahunan dan paket kegiatan yang tidak terpisahkan dalam rangkaian kegiatan religi yaitu Grebeg Besar, Sedekah Laut (Syawalan), Tari Barongan, Tari Rebana (Zipin) dan sebagainya. Selain itu pemerintah kabupaten Demak melalui Perusda mulai membangun Kawasan wisata Bahari di Dukuh Morosari Desa Bendono Kecamatan Sayung. Kawasan wisata ini selain memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat Demak, justru yang lebih besar adalah masyarakat Semarang karena letaknya berbatasan. Paket wisata pantai yang akan disediakan seperti restoran apung (seafood), sepeda air canoe, parasailing, speed boat, jet sky, dan sebagainya.

Masjid Agung Demak adalah salah satu artefak peninggalan kebudayaan Kerajaan Demak yang masih lengkap dan utuh. Artefak ini selesai dibangun pada tahun 1403 Caka atau 1481 Masehi. Masjid Agung Demak sering digunakan sebagai pusat kegiatan kebudayaan lokal, kawasan wisata keagamaan, pendidikan dan kebudayaan di daerah Demak. Keberadaan Masjid ini membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan kehidupan sosial ekonomi dan budaya masyarakat sekitar Masjid Agung Demak ([demakkab.go.id](http://demakkab.go.id)). Masjid ini tertua di Pulau Jawa, ciptaan Wali yang dikeramatkan menjadi cikal bakal berdirinya Kerajaan Islam, sebagai cagar budaya peninggalan Kesultanan Glagahwangi Bintoro Demak. Struktur bangunan masjid mempunyai nilai historis seni bangunan arsitektur tradisional khas Indonesia. Wujudnya misterius, karismatik, akan tetapi megah, anggun, indah dan mempesona filosofi tingkat kehidupan manusia dalam hubungan dengan Allah SWT. Penampilan atap limas piramida menunjukkan akidah islamiyah yaitu iman, islam, ihsan.

Dampak dari penurunan pengunjung wisatawan Masjid Agung Demak pada pendapatan penghasilan pedagang seperti pedagang makanan dan pedagang pernak-pernik oleh-oleh yang ada di sekitar kawasan Masjid Agung Demak mengalami penurunan pembeli sejak adanya relokasi parkir Masjid Agung Demak. Sepinya pengunjung wisatawan religi di Masjid Agung Demak akibat adanya relokasi tempat parkir juga dirasakan oleh warga sekitar karena kota Demak menjadi tidak lagi ramai oleh para pengunjung wisatawan. Sementara itu bersamaan dengan dampak dari cuaca buruk mengakibatkan banyak pekerja wiraswasta yang sebagai petani dan nelayan mengalami gagal panen sehingga penghasilan mereka menurun. Mata pencaharian penduduk Kabupaten Demak didominasi sebagai petani dan nelayan. Selama ini sebagian besar pengunjung Masjid Agung Demak adalah masyarakat Demak. Kondisi penurunan omzet penghasilan yang dialami para petani dan nelayan membuat mereka tidak bisa melakukan wisata religi atau sering dikenal dengan ziarah yang sudah menjadi kegiatan wisata religi setiap bulan. Hal itu disebabkan karena tidak mempunyai biaya yang cukup untuk melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan uraian permasalahan latar belakang diatas saya sebagai penulis mempunyai rasa ingin tahu tentang berbagai faktor yang ikut menentukan minat kunjungan wisatawan Masjid Agung Demak. Maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Religi Masjid Agung Demak (Studi pada Masjid Agung Demak)”**.

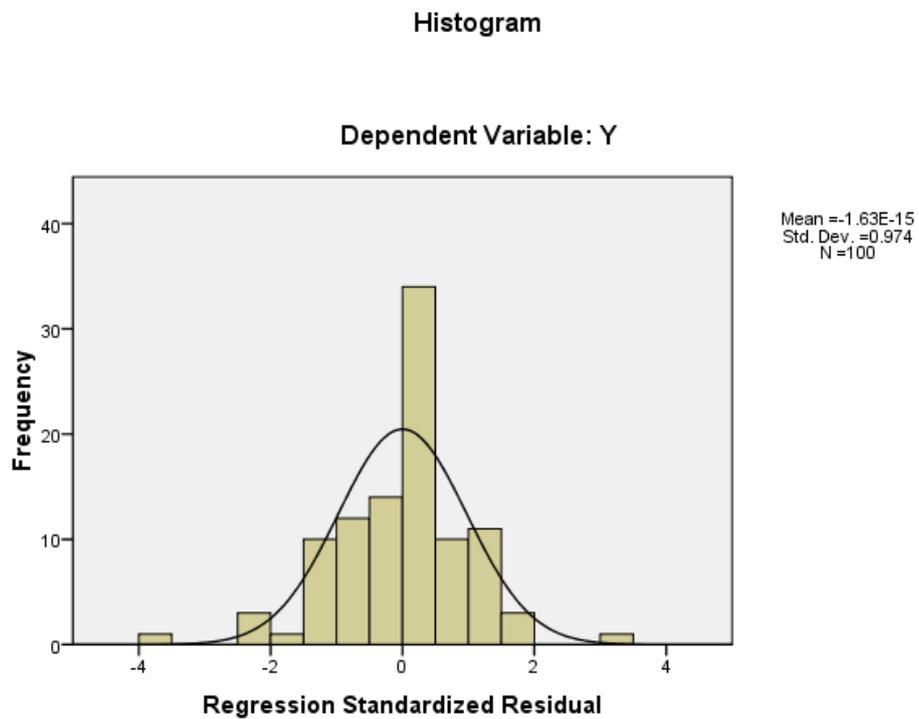
## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu dimana data yang diperoleh dari pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui sampel yang diminta menjawab pertanyaan mengenai survei dalam menentukan presentasi dan frekuensi tanggapan mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Merupakan langkah statistik yang menjadi persyaratan untuk melakukan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini antara lain adalah uji normalitas, uji multikolinier, dan uji heteroskedastisitas.

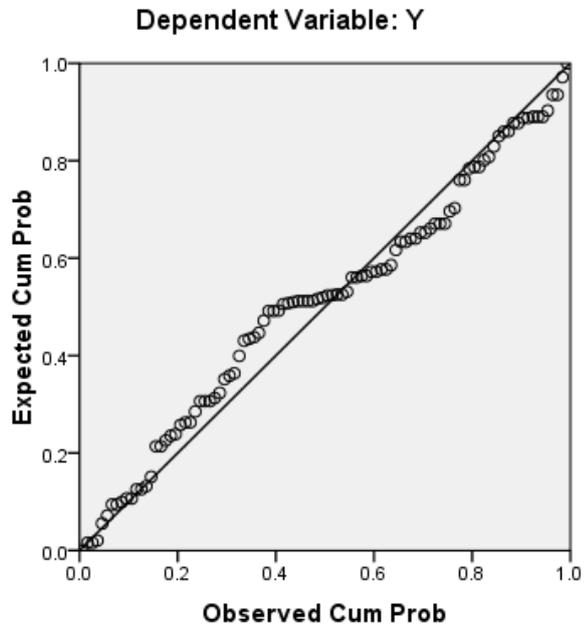
- a. Uji Normalitas



**Gambar 5.1 Grafik Histogram**

Dengan melihat visualisasi histogram pada gambar di atas terlihat bahwa grafik menunjukkan pola distribusi normal dan berbentuk simetris, tidak skewness kekanan maupun ke kiri. Maka model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5.2 Uji Grafik Normal Probability Plot

Dengan melihat gambar grafik normal probability Plot, terlihat bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berarti modal regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

#### 2) Kolmogorov – Smirnov Test

Tabel 5.3  
Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov Test

	Kolmogorov- Smirnov		
	Statistic	DF	Sig
Unstandardized residual	0,611	0,111	0,084

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, uji normalitas *kolmogorov – Smirnov* mempunyai nilai *statistic* 0,611 dengan tingkat signifikansi pada 0,084 atau 84% dimana nilai

tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi residual terdistribusi normal dan hasilnya konsisten dengan uji grafik pada bagian sebelumnya, sehingga model regresi dengan variabel dependent memenuhi uji normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 5.4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

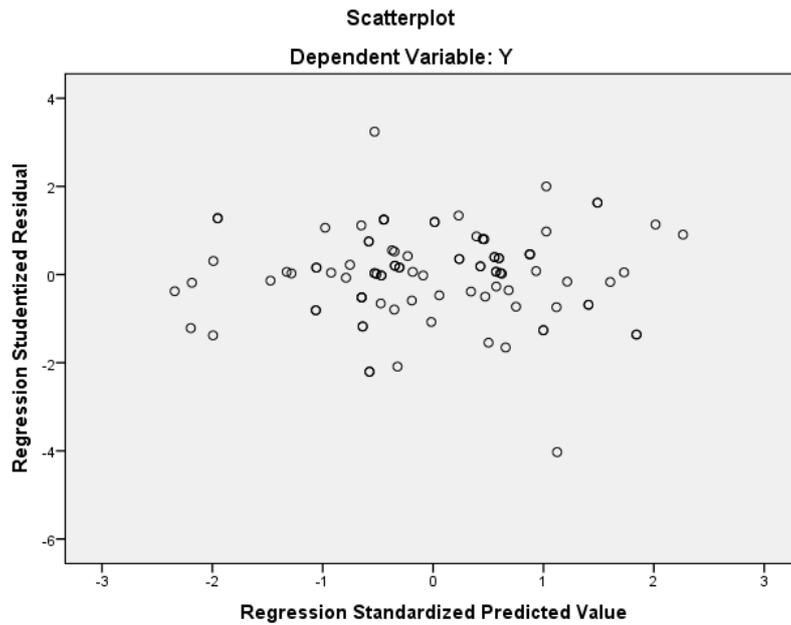
Model	Collinearity statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Biaya Perjalanan	0,769	1,301
Pendapatan	0,897	1,115
Pendidikan	0,762	1,313
Kepercayaan	0,770	1,298
Fasilitas	0,775	1,291

*Sumber: Data diolah*

Berdasarkan tabel di atas nilai tolerance dan nilai VIF untuk variabel X1 (biaya perjalanan) sebesar 0,769 > dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,301 < 10 maka dapat dikatakan variabel X1 tidak menunjukkan adanya multikolinearitas. Nilai tolerance X2 (pendapatan) adalah 0,897 > 0,1 dan nilai VIF 1,115 < 10 artinya variabel X2 tidak menunjukkan adanya multikolinearitas. Nilai tolerance X3 (pendidikan) sebesar 0,762 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,313 < 10 maka variabel X3 dinyatakan tidak menunjukkan adanya multikolinearitas, sama halnya dengan variabel X4 (kepercayaan), X5 (fasilitas) memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka semua variabel dinyatakan tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

1) Metode Scanner Plot



**Gambar 5.5 Grafik Scatter Plot**

Dalam uji heteroskedastisitas yang dilakukan melalui grafik scatter plot di atas dapat dilihat dalam model ini tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti pengumpulan ditengah, menyempit kemudian melebar dan sebaliknya melebar kemudian menyempit.

2) Uji Gletser

**Tabel 5.6  
Hasil Uji Gletser**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,024	2,391		-1,683	0,096
X1	0,010	0,60	0,019	0,173	0,863
X2	0,164	0,077	0,221	2,131	0,056
X3	0,053	0,76	0,78	0,697	0,488
X4	0,063	0,69	0,102	0,916	0,362
X5	0,28	0,098	0,031	0,283	0,778

*Sumber: Data diolah*

Berdasarkan output dari uji gletser data dinyatakan tidak heteroskedastisitas apabila nilai signifikan  $> 0,05$ , bisa dilihat dari output regresi antara residual dengan masing-masing variabel independent yaitu variabel biaya perjalanan(X1), pendapatan (X2), pendidikan (X3), kepercayaan (X4) dan fasilitas (X5)  $> 0,05$  artinya nilai signifikansi dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, maka output menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap nilai absolute residual, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi non-heteroskedastisitas terpenuhi.

#### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5.7**  
**Uji Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	11,555	3,633		3,180	0,002
Biaya Perjalanan	0,207	0,091	0,203	2,270	0,025
Pendapatan	-0,229	0,117	-0,162	-1,959	0,053
Pendidikan	0,301	0,115	0,234	2,610	0,011
Kepercayaan	0,531	0,104	0,454	5,081	0,000
Fasilitas	-0,477	0,149	-0,285	-3,203	0,002

*Sumber: Data diolah.*

Dari tabel diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai

berikut:  $Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$

$Y = 11,555 + 0,207 X_1 + -0,229 X_2 + 0,301 X_3 + 0,531 X_4 + -0,477 X_5 + e$

Keterangan:

Y: Minat Kunjungan Wisatawan

X1: Biaya Perjalanan

X2: Pendapatan

X3: Pendidikan

X4: Kepercayaan

X5: Fasilitas

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta

Nilai Konstanta ( $\alpha_0$ ) dapat diartikan apabila semua variabel bebas seperti variabel X1 (biaya perjalanan), X2 (pendapatan), X3 (pendidikan), X4 (kepercayaan), X5 (fasilitas), dianggap tidak mengalami perubahan atau dianggap konstan, maka minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung Demak sebesar 11,555.

2. Pengujian Hipotesis 1 (biaya perjalanan)

Berdasarkan tabel hasil regresi didapatkan nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel biaya perjalanan adalah 0,207 dan nilai signifikan sebesar  $0,025 < 0,05$  hasil yang telah diketahui tersebut menunjukkan variabel biaya perjalanan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak artinya dapat disimpulkan bahwa Hipotesis H1 terbukti karena variabel biaya perjalanan (X1) dapat memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan Religi Masjid Agung Demak.

3. Pengujian Hipotesis 2 (Variabel Pendapatan)

Berdasarkan pengujian hasil regresi diketahui bahwa nilai koefisien beta ( $\beta$ ) adalah -0,229 sedangkan nilai signifikan variabel pendapatan sebesar  $-0,053 > 0,05$  hasil yang telah diketahui tersebut menunjukkan variabel pendapatan memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05, maka  $H_0$  diterima artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 tidak terbukti karena variabel pendapatan tidak memberikan pengaruh signifikan dan negatif terhadap minat kunjungan wisatawan Masjid Agung Demak.

#### 4. Pengujian Hipotesis 3 (Variabel Pendidikan)

Berdasarkan pengujian hasil regresi diketahui bahwa nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel pendidikan adalah 0,301 sedangkan nilai signifikan sebesar  $0,011 < 0,05$  hasil yang telah diketahui tersebut menunjukkan variabel pendidikan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 terbukti karena variabel pendidikan dapat memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan Masjid Agung Demak.

#### 5. Pengujian Hipotesis 4 (Variabel Kepercayaan)

Berdasarkan pengujian hasil regresi diketahui bahwa nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel kepercayaan adalah 0,531 sedangkan nilai signifikan variabel kepercayaan sebesar  $0,000 < 0,05$  hasil yang telah diketahui tersebut menunjukkan variabel biaya perjalanan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak artinya dapat disimpulkan hipotesis H4 terbukti karena variabel kepercayaan memberikan pengaruh signifikan

dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung Demak.

#### 6. Pengujian Hipotesis 5 (Variabel Fasilitas)

Berdasarkan pengujian regresi diketahui bahwa nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel fasilitas adalah -0,477 dan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$  hasil yang telah diketahui tersebut menunjukkan variabel biaya perjalanan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_5$  terbukti karena variabel fasilitas memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan Masjid Agung Demak .

## 2. Hipotesis

### a. Uji Statistik F (Simulasi)

**Tabel 5.8**  
**ANOVA**

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	684,921	5	136,984	13,756	.000 <sup>b</sup>
	Residual	938,079	94	9,958		
	Total	1621,000	99			

*Sumber: Data diolah.*

Berdasarkan Uji F yang di deskripsikan oleh tabel ANOVA dapat dilihat perolehan nilai F hitung sebesar 13,756 ( $\geq F_{\text{tabel } 1,39}$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $\leq 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa variabel biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, kepercayaan, fasilitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen yaitu variabel minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung Demak.

### b. Uji Statistik t

**Tabel 5.9**  
**Uji Statistik T (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	11,555	3,633		3,180	0,002
Biaya Perjalanan	0,207	0,091	0,203	2,270	0,025
Pendapatan	-0,229	0,117	-0,162	-1,959	0,053
Pendidikan	0,301	0,115	0,234	2,610	0,011
Kepercayaan	0,531	0,104	0,454	5,081	0,000
Fasilitas	-0,477	0,149	-0,285	-3,203	0,002

*Sumber: Data diolah.*

- 1) Nilai t hitung pada variabel independen biaya perjalanan adalah sebesar 2,270 dengan tingkat signifikansi 0,025 maka H<sub>0</sub> ditolak maka biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.
- 2) Nilai t hitung pada variabel independen pendapatan adalah sebesar -1,959 dengan tingkat signifikansi 0,053 maka H<sub>0</sub> diterima maka pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.
- 3) Nilai t hitung pada variabel independen pendidikan adalah sebesar 2,610 dengan tingkat signifikansi 0,011 maka H<sub>0</sub> ditolak maka pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.
- 4) Nilai t hitung pada variabel independen biaya perjalanan adalah sebesar 5,081 dengan tingkat signifikansi 0,000 maka H<sub>0</sub> ditolak

maka biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.

5) Nilai t hitung pada variabel independen biaya perjalanan adalah sebesar -0,477 dengan tingkat signifikansi 0,002 maka H0 ditolak maka biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.

### 3. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Adjusted R square* pada analisis regresi berganda.

**Tabel 5.10**  
**Uji R Square ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0,650 <sup>a</sup>	0,423	0,392	3,15568

*Sumber: Data diolah*

Berdasarkan tabel 5.17 hasil output pengujian koefisien determinasi, didapatkan nilai Adjusted R square sebesar 0,392 yang artinya variabel jumlah kunjungan wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel X1 (biaya perjalanan), X2 (pendapatan), X3 (pendidikan), X4 (kepercayaan). X5 (fasilitas) dengan nilai koefisien determinasi sebesar 42,3 persen sedangkan sisanya sebesar 57,7 persen dipengaruhi oleh variabel diluar model.

### **Pembahasan**

Hasil uji statistik t (uji signifikansi individual/parsial) dan uji statistik F (uji signifikansi simultan) dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yaitu biaya

perjalanan (X1), pendapatan (X2), pendidikan (X3), kepercayaan (X4), dan fasilitas (X5) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak. Berdasarkan uji yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai signifikan variabel biaya perjalanan berdasarkan olah data sebesar 0,001, ternyata nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikan ( $0,025 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya perjalanan secara parsial ada pengaruh. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novita Rifaul kirom, Sudarmiatin, I Wayan Jaman Adi Putra (2016) yang menyatakan bahwa biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.

Biaya Perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata religi Masjid Agung Demak dan biaya selama di objek wisata religi Masjid Agung Demak meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya lain yang relevan. Apabila biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan semakin tinggi maka dan minat wisatawan untuk berkunjung semakin sedikit, sebaliknya jika biaya yang dikeluarkan semakin rendah maka minat wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung Demak semakin banyak. Hal ini bisa saja karena Objek wisata religi Masjid Agung Demak bukan hanya sebagai tempat wisata melainkan juga bisa mengunjungi museum Masjid

Agung Demak untuk menambah pengetahuan tentang sejarah Masjid Agung dan meningkatkan keyakinan kita kepada Allah SWT karena bisa sekaligus untuk beribadah. Sehingga wisatawan berbondong-bondong datang meskipun dengan biaya yang mahal untuk merasakan manfaat dari berwisata religi.

nilai signifikan pendapatan sebesar 0,053, ternyata nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikan ( $0,053 > 0,05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan secara parsial tidak berpengaruh. Hasil penelitian mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Igunawati (2010) yang menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisata.

Pendapatan pada penelitian ini adalah jumlah penghasilan per bulan yang diterima oleh wisatawan atau responden yang telah bekerja dan berpenghasilan. Pada penelitian ini pendapatan tidak mempengaruhi minat pengunjung ke objek wisata religi Masjid Agung Demak. Hal ini bisa saja terjadi karena pengunjung Masjid Agung Demak yang datang terdiri dari latar belakang dan tingkat pendapatan yang berbeda-beda. Selain itu objek wisata religi Masjid Agung Demak tidak ada biaya untuk tiket masuk masjid dan objek wisata religi Masjid Agung Demak cenderung menawarkan harga paket wisata seperti fasilitas tempat penginapan, restaurant, pemandu yang sangat murah meriah.

nilai signifikan pendidikan sebesar 0,011, ternyata nilai probabilitas lebih kecil dari nilai sig ( $0,011 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$

diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya perjalanan secara parsial ada pengaruh. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahayu (2016) yang menyatakan bahwa variabel pendidikan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak.

Pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden dan bukan tingkat pendidikan yang sedang dijalani. Pendidikan yang berkaitan dengan tingkat jenjang pendidikan yang ditamatkan oleh pengunjung. Dengan tingginya tingkat pendidikan seseorang mampu menentukan pola pikir untuk melakukan perjalanan wisata.

nilai signifikan kepercayaan sebesar 0,000. ternyata nilai probabilitas lebih besar dari nilai sig ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial ada pengaruh. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oliver (1980) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi di Masjid Agung Demak.

Kepercayaan adalah suatu fikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Pengunjung yang berkunjung di kawasan wisata religi Masjid Agung Demak untuk berziarah atau beribadah memperdalam rasa spiritual di dalam diri, ada pula orang yang mempercayai mencari keberkahan dengan cara mendoakan para wali sebagai perantara doa dan

keinginannya kepada Sang Maha Pencipta agar cepat dikabulkan. Selain itu ada wisatawan yang memiliki motif tujuan berkunjung di Masjid Agung Demak untuk melihat museum Masjid Agung Demak dan ada juga yang hanya mengabadikan dengan berfoto-foto di setiap sudut tempat menarik di Masjid Agung Demak.

nilai signifikan fasilitas sebesar 0,002, ternyata nilai probabilitas lebih kecil dari nilai sig ( $0,002 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka variabel fasilitas secara parsial ada pengaruh. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Modjanggo, Arief Sudhartono, Sustri (2015) yang menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisata.

Kepuasan pengunjung dapat terukur dari sarana dan prasarana tempat wisata keindahan alam serta fasilitas-fasilitas lainnya yang disajikan disuatu objek wisata tersebut. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan, dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas. Wisatawan akan sangat memperhatikan fasilitas yang tersedia pada objek wisata yang bersangkutan. Fasilitas tersebut seperti penginapan, warung makan, toko souvenir, pemandu, toko pakaian, cuci pakaian atau laundry dan money changer. Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitas yang diberikan kurang lengkap dan tidak memadai, maka wisatawan akan cenderung memilih objek wisata lain yang lebih lengkap

agar kebutuhan selama berwisata dapat terpenuhi dan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama melakukan kegiatan wisata.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Biaya perjalanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, apabila biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh wisatawan semakin tinggi maka minat wisatawan untuk berkunjung semakin sedikit, sebaliknya jika biaya yang dikeluarkan semakin rendah maka akan mempengaruhi minat kunjungan wisatawan dan minat wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung Demak semakin banyak.
2. Pendapatan (X2) tidak memiliki pengaruh dan negatif terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak. Hal ini bisa saja terjadi karena pengunjung Masjid Agung Demak yang datang terdiri dari latar belakang dan tingkat pendapatan yang berbeda-beda dan tidak ada biaya untuk tiket masuk masjid dan objek wisata religi Masjid Agung Demak cenderung menawarkan harga paket wisata yang sangat meriah.
3. Pendidikan (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, apabila semakin tinggi tingkat pendidikan pengunjung maka semakin kecil minat pengunjung yang datang. hal ini disebabkan karena tidak adanya

keterkaitan terhadap lingkungan bagi yang berpendidikan tinggi. Dengan orang berpikir rasional mungkin orang tersebut mempunyai pendapat bahwa ia sudah memiliki jenjang pendidikan yang tinggi memilih tidak perlu untuk menambah pengetahuan lagi.

4. Kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak. Hal ini dapat disebabkan pengunjung memiliki tujuan dengan melakukan wisata religi agar mendapatkan ketenangan hati dan memperdalam rasa spiritual di dalam diri.
5. Fasilitas (X5) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak. Apabila fasilitas objek wisata kurang baik maka akan semakin sedikit jumlah kunjungan wisatawan.

### **Saran**

1. Untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, khususnya wisatawan yang berasal dari luar Kota Demak, Pihak kepala pengelola Masjid Agung Demak dapat bekerja sama dengan Perum Damri untuk menyediakan angkutan bus dari luar Kota Demak ke Masjid Agung Demak dengan biaya yang terjangkau atau paket tur, sehingga memudahkan wisatawan yang ingin berwisata religi ke Masjid Agung Demak tanpa mengalami kendala dalam pulang dan pergi ke kota asalnya.

2. Untuk meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan wisata religi di Masjid Agung lagi, mengingat sebagian besar pengunjung Masjid Agung Demak adalah warga kota Demak, kepala pengelola Masjid Agung Demak dan Pemerintah Kota Demak dapat bekerja sama mengupayakan berbagai program dan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan di kota Demak, dengan upaya tersebut diharapkan pendapatan masyarakat Kota Demak juga turut meningkat.
3. Untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, perlu ditingkatkan usaha-usaha promosi diantaranya melalui iklan di internet, surat-menyurat dan pemberian brosur ke sekolah atau instansi pendidikan di seluruh daerah, promosi langsung ke lapangan dan memasang papan petunjuk arah ke Masjid Agung Demak dari Arah batas kota sebagai sarana publikasi.
4. Untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, diharapkan kepada pihak pengelola tetap melakukan penanganan dan pemeliharaan secara optimal dan berkelanjutan, penanganan dan pemeliharaan tersebut diharapkan terlaksana tanpa mengganggu kegiatan kepariwisataan. Selain itu, perlu meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang ada di kawasan wisata religi serta lebih peka terhadap keinginan pengunjung. Hal ini tentu akan meningkatkan intensitas kunjungan wisata di Masjid Agung Demak.

5. Untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, kepala pengelola Masjid Agung Demak dapat menambah fasilitas yang ada dan bekerjasama dengan pihak lain dalam menyelenggarakan acara atau kegiatan yang menarik di objek wisata religi Masjid Agung Demak.

### **Keterbatasan**

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisata dalam penelitian ini hanya terdiri dari lima variabel yaitu pendapatan, biaya perjalanan, pendidikan, kepercayaan dan fasilitas, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat kunjungan wisata religi di Masjid Agung Demak.
2. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin hanya dapat menghasilkan 100 sampel untuk diteliti dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan responden yang lebih banyak lagi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak.
3. Teknik pengumpulan data yang dilakukan hanya berupa angket atau kuisisioner dan tidak menggunakan teknik wawancara mendalam, sehingga adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak

menunjukkan keadaan sesungguhnya, karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan kuisioner.

4. Peneliti hanya menganalisis pengaruh biaya perjalanan, pendapatan, pendidikan, kepercayaan, fasilitas terhadap minat kunjungan wisatawan religi Masjid Agung di Kabupaten Demak tanpa melakukan analisis yang mendalam untuk mengetahui penyebab dengan lebih spesifik dari kurang berkembangnya sektor pariwisata di Kabupaten Demak serta solusi untuk mengatasi masalah yang menjadi penyebab berfluktuatifnya angka realisasi penerimaan sektor dari target yang telah ditentukan pemerintah daerah kabupaten Demak setiap tahunnya.
5. Pada penelitian selanjutnya agar lebih menambah variabel faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan religi, misalnya daya tarik objek wisata, loyalitas pengunjung, tingkat hunian hotel, biro perjalanan, banyaknya kegiatan religi pendukung agar mengetahui variabel mana yang berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan Masjid Agung di Kabupaten Demak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Ed. 1, Cet. 1, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Ayub, E. Moh. Manajemen Masjid., 2001, Manajemen Masjid, Gemma Insani Press, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2017. Kabupaten Demak Dalam Angka 2017, Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak.
- Badan Pusat Statistik, 2010.
- Bramantyo, Wicaksono, 2004, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pengunjung ke Objek Wisata Pantai Widuri di Kabupaten Pemalang.
- Deva, Milian Satrian Yuwana, 2011, Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara.
- Debadyuti Das, Pratap K J Mohapatra Sushil Kumar Sharma Ashutosh Sarkar.,2007, "Factors Influencing The Attractiveness Of A Tourist Destination: A Case Study", E-Journal of Tourism, Vol. 7, Januari hal, 1
- T. Gilarso., Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Ed. Revisi, Cet. 5,4,3,2,1, Kanisius, Yogyakarta.
- Dini, Andriani, dkk, 2015, Kajian Pengembangan Wisata Syariah.
- Dyah, Ivana, Sari, 2010, Objek Wisata Religi Makam Sunan Muria (Studi Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus).
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Demak, 2017, Laporan Kunjungan Tahun 2017, Demak.
- Epi, Syahadat, 2005, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata di Taman Gede Nasional Pangango.
- Frits Modjanggalo, Arief Sudhartono, Sustris ., 2015, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Ekowisata Pantai Suri, Desa Toinasa Kecamatan Pamona Barat Kabupaten Poso, Kehutanan, vol. 3, Desember, hal 88-95.

- Ghozali, Imam, 2013, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Henny Kustini., 2015, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Wisatawan Di Obyek Wisata “Ndayu Park” Kabupaten Sragen, *Journal Hotellier*, vol. 1, Desember, hal 2.
- Hirawan, Shandika, 2008, Analisis Dampak Sosial Pariwisata di Indonesia, Artikel , Maret, 2009.
- Ida Ayu Dyana Prawerti, I GPB. Sasrawan Mananda, Luh Gede Leli Kusuma Dewi., 2015, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Intensitas Kunjungan Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali”, *Jurnal IPTA*, vol. 3, hal, 1.
- Javid Seyidov, Roma Adomaitienė.,2016, “Factors Influencing Local Tourists Decision-Making On Choosing A Destination: A Case Of Azerbaijan”, *E-Journal of Tourism*, Vol. 95, Febuari hal, 3.
- Joko Subgyo, P, 2006, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2009, Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Edisi: Ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2004, Dasar- Dasar Pemasaran, dialibahasakan oleh Benjamin Molan, PT. Indeks, Jakarta.
- Mawardi, Prof. Dr. Mohd. Nur Syechalad MS, Dr. Sofyan Syahnur, M.Si., 2014, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kota Sabang”, *Jurnal Ilmu Ekonomi*, vol. 2, November, hal, 4.
- Marpaung, 2000, Pengetahuan Kepariwisata, Alfabeta, Bandung.
- Munawir, 2010, Analisis Laporan Keuangan, Edisi 4, Liberty, Yogyakarta.
- Muhammad Tahwin, 2003, Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Industri Studi Kaus Kabupaten Rembang, *Jurnal Gemawisata*,
- Ni Made Eka Mahadewi, I Komang Gede Bendesa and Made Antara.,2014, “Factors Influencing Tourists Revisit to Bali as Mice Destination”, *E-Journal of Tourism*, Vol. 1, November, hal, 1-11.

- Oka Yoeti A., 2008. "Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata", PT Pradnya Paramita, Jakarta
- Pendit, Nyoman S, 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Edisi Terbaru Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Pendit, Nyoman S, 2004. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Edisi Terbaru Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Ruslan, Rosady, 2007. Manajemen Public Relation & Media Komunikasi, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Spillane, J. 1987. "Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya, Kanisius, Yogyakarta.
- Spillane, J, 1994, Pariwisata Indonesia (Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan), Kanisius, Yogyakarta.
- Seongseop, Samuel, Choong-Ki Lee, David B Klenosky, 2003, Pengaruh Faktor Push dan Pull di Taman Nasional Korea.
- Suryono, Agus, 2004, Pengantar Teori Pembangunan, UM, Press, Malang.
- Sagala, H. Syaiful, Konsep dan Makna Pembelajaran: Untuk Membantu Memecahkan Problematika Belajar dan Mengajar, Alfabeta, Jakarta.
- Salma dan Susilowati, 2004, Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu Kota Padang Dengan Pendekatan Travel Cost, Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol, 1, No, 2, Desember, 2004, hal, 153-165.
- Undang-Undang Republik Indosia, No.10 Tahun 2009, *Tentang Kepariwisataan.*
- Undang-Undang Republik Indosia, No.9 Tahun 1990, *Tentang Kepariwisataan.*
- Yulianto, R. Jati Nurcahyo., 2016, "Strategi Pengembangan Sendang Kasihan Sebagai Wisata Religi Di Tamantirto Bantul Yogyakarta", Jurnal Khasanah Ilmu, vol. 7, hal, 2.
- Yoeti, Oka, A, 2008, Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, cetak keuda, PT. Pradanya Paramita, Jakarta.

