

**PENGARUH *PUSH MOTIVATION*, *PULL MOTIVATION* DAN *ISLAMIC ATTRIBUTES*
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI WISATA WONOBODRO**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



oleh

Sofiyul Islah Apriliani

1705026040

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Sofiyul Islah Apriliani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah ini kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Sofiyul Islah Apriliani

Nim : 1705026040

Judul : Pengaruh *Push Motivation*, *Pull Motivation* dan *Islamic Attributes* terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Wonobodro.

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Rahman El Junusi, SE.,MM.

NIP. 19691118 200003 1001

Pembimbing II



Muyassarrah, MSI.

NIDN. 2029047101



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) NgaliyanTelp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PENGESAHAN

Nama : Sofiyul Islah Apriliani
NIM : 1705026040
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Push Motivation, Pull Motivation* dan *Islamic Attributes* terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Wonobodro

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 13 Oktober 2021 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup serta dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.

Semarang, 13 Oktober 2021

Dewan Penguji,

Ketua Sidang

Drs. A. Turmudi, SH., M.Ag.

NIP. 19690708 200501 1 004

Penguji I

Ferry Khusnul Mubarak, S.E.I., MA.

NIP. 19900524 201801 1 001

Pembimbing I

Rahman El Junusi, SE., MM.

NIP. 19691118 200003 1 001

Sekretaris Sidang

Rahman El Junusi, SE., MM.

NIP. 19691118 200003 1001

Penguji II

Dwi Swasana Ramadhan, M.SEI.

NIP. 19940303 201903 1 014

Pembimbing II

Muvassarrah, MSI.

NIDN. 2029047101



MOTTO

“berpergianlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah kesudahan orang-orang yang mendustakan itu”, (Q.S.Al-An’am: 11).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada diri ini, sehingga skripsi ini dapat disusun sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam saya junjungkan kepada Nabi besar SAW yang mana saya nantikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dengan segala ketulusan hati skripsi ini saya persembahkan kepada:

- 1 Bapak Suranto dan Ibu saya Nur Hidayah yang tercinta dan terkasih yang tak pernah lelah untuk memberi saya motivasi dan kasih sayangnya, serta selalu mendoakan demi kelancaran segalanya dalam hidup saya terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
- 2 Ahmad khaerun dan Atix Dwi Jayanti sebagai kakak saya tercinta dan adik saya tersayang Istifada Maulida yang selalu mensupport saya, dan memberi masukan dalam hidup saya.
- 3 Pembimbing saya Bapak Rahman El Junusi SE., MM dan Ibu Muyassarah, MSI yang telah membimbing, memberi masukan, dan mensupport dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 4 Arif Faturrohman sebagai teman hidup saya yang selalu memberi dukungan dan menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5 Sahabat-sahabat saya tercinta yang dari mahasiswa baru sampai sekarang masih bersama, Sindi Nur Rohma, Rita Sophia, Arini Atik, yang selalu memberikan semangat dan motivasi, dan memberikan pelajaran hidup susah maupun senang selama merantau di Semarang.
- 6 Segenap keluarga EI A'17 yang selalu support dan memberikan dukungan dan menjadi tempat yang memberikan banyak kenangan manis saya selama perkuliahan ini.

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi sebagai rujukan.

Semarang, 15 September 2021

Sofiyul Islah Apriliani

NIM: 1705026040

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.i. Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/1987. Penimpangan penulisan kata [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	t
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ة	H
ش	Sy	ء	‘
ص	ṡ	ئ	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

a> = a panjang

i> = i panjang

u> = u panjang

Bacaan Diftong:

au = اُ

ai = اِي

iy = اِيْ

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Apakah terdapat pengaruh variabel push motivation terhadap kepuasan wisatawan. 2) Apakah terdapat pengaruh pull motivation terhadap kepuasan wisatawan. 3) Apakah terdapat pengaruh terhadap islamic attributes terhadap kepuasan wisatawan. 4) Apakah terdapat pengaruh push motivation, pull motivation dan islamic attribut secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan.

Skripsi ini merupakan penelitian kuantitatif yang dianalisis menggunakan metode uji analisis validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinan, dan uji regresi liner ganda. Dengan sampel 100 responden wisatawan, dengan data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert dan diolah menggunakan Software SPSS versi 16.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa, 1) push motivation berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. 2) Pull motivation berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. 3) Islamic attributes berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. 4) Terdapat pengaruh yang signifikan pada push motivation, pull motivation, islamic attributes secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Hasil dari koefisien determinan berpengaruh 69,6% sisanya yaitu 30,4% dipenafruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci: push motivation, pull motivation, islamic attributes, dan kepuasan wisatawan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Push Motivation*, *Pull Motivation*, dan *Islamic Attributes* Terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Wonobodo” dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa proses terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, bimbingan, dan saran dari semua pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Kedua orang tua saya, Bapak Suranto dan Ibu Nur Hidayah, kakak dan adik tersayang , Ahmad Khaerun, Atix Dwi Jayanti, dan Istifada Maulida. Juga keponakan saya Arjuna Gandhi El Shirazy yang selalu memberikan nasihat, semangat, motivasi dan support lahir batin kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam berbagai kebijakan demi kemajuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddin, M. Ag., Selaku Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Nurudin, S.E., MM selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Rahman El Junusi SE., MM dan Ibu Muyassarah, MSI selaku dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti, yang telah memberikan arahan, motivasi, ilmu, dan solusi setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.

7. Teman istimewa saya, Arif Faturrohan yang selalu support, memberikan nasihat serta menemani saya selama menyelesaikan skripsi.
8. Teman seperjuangan dari Mahasiswa baru sampai sekarang, Sindi Nur Rohma, Rita Sopia, Atik Arini, Alif Nur Rohma, Abdi Ma'rifin Sugeha, Emil Dei Rahim yang telah berbagi waktu dan ilmu serta pengalaman hidup yang tidak terlupakan bersama kalian ketika merantau di Semarang.
9. Sohیب saya Candra Hendrawan yang selalu membantu saya dalam setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman Kos Bu Zaenul yang selalu support.
11. Segenap keluarga EI A'17 yang telah memberikan kenangan manis selama perkuliahan.
12. Sahabat Naja Khoiru Mashuda, selaku Ketua Pokdarwis Wisata Wonobodro yang telah meluangkan waktu untuk berbagi ilmu mengenai mengenai sejarah Wisata Wonobodro.
13. Pihak –pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memeberikan masukan serta inspirasi bagi penulis

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tiada yang sempurna, tak terkecuali skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kepada pembaca agar berkenan memberikan saran dan koreksi pada skripsi ini agar dapat diperbaiki untuk penulis berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN DEKLARASI.....	v
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
2.1 Kerangka Teori	12
2.1.1 Pengertian Motivasi	12
2.1.2 <i>Push Motivation</i>	14
2.1.3 <i>Pull Motivation</i>	15
2.1.4 <i>Islamic Attributes</i>	17
2.1.5 Kepuasan Wisatawan	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berfikir.....	25
BAB III.....	26
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28

3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	30
3.5	Teknik Analisis Data	32
3.5.1	Uji Instrumen	32
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	34
3.5.3	Uji Regresi Berganda	35
3.5.4	Uji Hipotesis	35
BAB IV		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2	Gambaran Responden Penelitian	39
4.3	Uji Instrumen Penelitian	42
4.4	Uj Asumsi Klasik	45
4.5	Analisis Regresi Berganda	49
4.5	Uji Hipotesis	51
4.6	Pembahasan Hasil Analisis Data	54
BAB V		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
<i>Lampiran</i>		62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Destinasi Terbaik OIC pada GMTI 2019.....	3
Tabel 1.2 Kontribusi Sektor Pariwisata	4
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Halal Tourism Wonobodro.....	6
Tabel 1.4 Jumlah Pengunjung Wisata Ujung Negro.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Teknik Kolmogorov-Smirnov	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji White	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Berganda.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji f.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji R ²	54

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	47
Grafik 4. 2 Grafik Scaterplot.....	49

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata memiliki posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan, yang diperkuat dan diperdayakan sebagai pilar ekonomi negara.¹ Pariwisata sudah dikenal di seluruh dunia, baik wisata kuliner, wisata budaya, wisata religi, dan lain sebagainya. Pariwisata merupakan salah satu penyongkong ekonomi terbesar di dunia. Perkembangan wisata yang begitu cepat telah merubah perekonomian di setiap negara menjadi lebih baik, begitupun di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak pesona wisata. Penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim memberikan peluang untuk membangun *halal tourism*, karena *halal tourism* sebagai ceruk dan pasar baru secara global.²

Menurut Mohsin dalam jurnal Eka dan Hayun, Halal Tourism adalah penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai dengan ajaran islam.³ Salah satu alasan pemasar menargetkan wisatawan muslim dikarenakan wisatawan muslim mempunyai kemampuan membeli barang yang cukup baik, maka pemasar ingin mengetahui alasan mengapa wisatawan melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu.⁴ Industri halal telah menunjukkan perkembangan yang signifikan, apalagi indonesia yang mayoritas penduduknya muslim sehingga menjadi salah satu potensi yang besar.⁵

Pariwisata bisa dikatakan sebagai ekspedisi manusia, yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al Ankabut ayat 20

¹ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "*Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah*", (2020), h. 5.

² Alexander Preko, Iddrisu Mohammed, and Theophilus Francis Gyepi-garbrah, "*Islamic Tourism : Travel Motivations , Satisfaction and Word of Mouth , Ghana Satisfaction*", (2020), h. 1.

³ Hayyun Durrotul Faridah Eka Dewi Satriana, "*Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan*", (2018), h. 34..

⁴ Mohamed Battour and Moustafa Battor, "*The Mediating Role of Tourist Satisfaction : A Study of Muslim Tourists in Malaysia*", (2012), h. 280.

⁵ Ferry Khusnul Mubarak and Muhammad Khoirul Imam, "*Halal Industry in Indonesia ; Challenges and Opportunities*", (2020), h. 55.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا

كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ

إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah SWT menciptakan (manusia) dari permulaanya, kemudian Allah SWT menjadikanya sekali lagi. Sesungguhnya Allah SWT Maha Kuasa atas segala sesuatu". (QS Al Ankabut ayat 20)⁶.

Menurut M. Quraish Shihab, sudah banyak penjelasan mengenai kekuasaan Allah SWT, kaum musrikin yang belum menerima dengan penjelasan tersebut, karena itu ayat ayat diatas memerintahkan Nabi Muhammad SAW, bahwa katakanlah kepada mereka, kalau kamu juga belum mempercayai keterangan-keterangan diatas diantara lain yang disampaikan oleh banyak para nabi, yakni nabi Ibrahim, maka berjalanlah di muka bumi kemana saja kakai kamu melangkah, dan perhatikanlah bagaimana Allah memuliakan penciptaan makhluk yang beraneka ragam. Dengan melakukan perjalanan di muka bumi ini, seseorang akan menemukan banyak pelajaran berharga baik melalui penciptaan Allah yang beragam maupun peninggalan-peninggalan lama yang masih tersisa⁷.

Dalam UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menerangkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditunjukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.⁸ Sektor pariwisata di Indonesia telah berusaha untuk selalu menjadi lebih baik secara pelayanan, hal lain yang terkait dengan daya tarik maupun kenyamanan wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, hal tersebut dibuktikan dari laporan Gobal Muslim Travel Index 2019 (GMTI).

⁶ Indah Murni Mahardini, "Anjuran Berwisata Dalam Al Qur'an Dan Implikasi Wisata Ziarah Terhadap Pembentukan Akhlak Manusia" (UIN Sunan Ampel, 2015), h. 67.

⁷ Ibid, h. 68.

⁸ Kamal Fahmi Kurnia, "Pengaturan Penyelenggaraan Kepariwisata Dalam Perspektif Negara Kesejahteraan", (2009), h. 903.

Tabel 1.1
10 Destinasi Terbaik OIC pada GMTI 2019

Rank	GMTI 2019 Rank	Destinasi	Nilai
1	1	Malaysia	78
2	1	Indonesia	78
3	3	Turkey	75
4	4	Saudi Arabia	72
5	5	United Arab Emirates	71
6	6	Qatar	68
7	7	Morocco	67
8	8	Bahrain	66
9	8	Oman	66
10	10	Brunei	65

Sumber : *Mastercard* dan *cressentating* 2019

Berdasarkan tabel 1.1 negara yang menempati posisi teratas sebagai wisata halal terbaik adalah Malaysia dan Indonesia yang menduduki peringkat 1 dengan nilai yang sama yaitu 78, kemudian posisi ketiga dengan Turkey dengan nilai (75), posisi keempat dihuni oleh Saudi Arabia (72), United Arab Emirates (71), Qatar (68), Morocco (67), Bahrain (66), Oman (66), dan posisi kesepuluh adalah Brunei dengan nilai (65). Dari hasil sebelumnya GMTI 2018 Indonesia berhasil naik peringkat pada tahun 2019 dari peringkat kedua menjadi peringkat pertama.⁹ Indonesia terus berusaha mengembnagkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini optimis dapat diwujudkan dari penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim dan GMTI

⁹ Mastercard and cressentating, “*Global Muslim Travel Index 2019*,” (2019), h. 28.

juga memperkirakan Indonesia sangat berpeluang menjadi destinasi wisata halal, yang dibuktikan adanya kemajuan menjadi peringkat pertama dengan jumlah nilai yang sama dengan Malaysia. Selain itu kementerian pariwisata berusaha memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia supaya terus mengalami peningkatan, dibuktikan dengan laporan akuntabilitas pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Kontribusi Sektor Pariwisata

URAIAN SASARAN	2018		2019	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Kontribusi terhadap PDB Nasional (%)	5,25	5,25*	5,5	5,5*
Wisatawan Mancanegara (orang)	17	15,81	20	16,1
Wisatawan Nusantara (pergerakan)	270	303,54	275	312,5
Devisa (triliun rupiah)	223	229,50	280	280*

Sumber : Laporan Kementerian Pariwisata 2019

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pariwisata yang terus mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Dijelaskan pada tabel 1.2 yang menunjukkan peningkatan jumlah devisa dari Rp 229,5 triliun pada tahun 2018 dan diproyeksi mencapai 280 triliun pada tahun 2019. Peningkatan jumlah devisa diikuti dengan pencapaian kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2019, yaitu: (1) kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional diproyeksi sebesar 5.5%, (2) jumlah wisatawan

mancanegara (wisman) diproyeksi mencapai 16,1 juta wisman, dan (3) jumlah wisatawan nusantara diproyeksi sebanyak 312,5 juta perjalanan.¹⁰

Perjalanan wisata sejalan dengan pertumbuhan masyarakat muslim setiap tahunnya yang mengalami peningkatan.¹¹ Demikian juga perkembangan ekonomi yang dinamis serta pendapatan, sehingga terjadi peningkatan konsumsi maupun berwisata dengan tujuan tertentu.¹² Terlebih Jawa Tengah dinobatkan sebagai provinsi destinasi wisata halal unggulan oleh Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019. Provinsi Jawa Tengah termasuk salah satu provinsi yang menawarkan destinasi wisata unggulan, seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, Masjid Agung Jawa Tengah, Posong, Keraton, dan lain sebagainya.¹³

Kabupaten Batang merupakan salah satu dari 35 kabupaten yang ada di Jawa Tengah, yang memiliki letak strategis karena dilewati jalan pantura yang menghubungkan kota-kota besar seperti Jakarta dan Semarang. Kabupaten Batang menawarkan banyak destinasi yang mayoritas bersentuhan dengan alam seperti wisata pagilaran, wisata sikembang, forest kopi, dan lain sebagainya.¹⁴ Selain itu juga terdapat wisata religi yang terkenal di daerah Kabupaten Batang yaitu wisata Wonobodro yang merupakan salah satu bentuk dari konsep *halal tourism*.

Wisata Wonobodro adalah satu diantara wisata yang ada di Kabupaten Batang. Desa Wonobodro terletak di daerah perbukitan dengan jarak tempuk 28 km dari alun-alun Batang. Wisata Wonobodro yang dikenal sebagai wisata religi yang biasanya dikunjungi untuk berziarah. Tradisi berziarah ke tempat Wonobodro sudah berlangsung lama, baik itu pengunjung perorangan maupun rombongan yang berasal dari berbagai golongan baik golongan atas sampai menengah ke bawah. Ada satu hal yang menarik di wisata Wonobodro yaitu tanpa promosi apa pun wisata Wonobodro terus didatangi pengunjung

¹⁰ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, “*Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019*,” (2019), h. 3.

¹¹ Siti Aisyah, “*Integrasi Bumdes dalam Mewujudkan Halal Tourism Berbasis Ristek*,” (2019), h. 53.

¹² Nur Aini, Fitriya Ardiani, and Metta Renatie Hanastiana, “*Halal Food Industry : Challenges And Opportunities In Europe*,” (2020), h. 43.

¹³ Siti Aisyah, *Loc. Cit.*.

¹⁴ *Ibid*, h. 53.

untuk berziarah, fenomena tersebut menunjukkan potensi yang besar di wisata Wonobodro sebagai wisata religi di Kabupaten Batang.¹⁵

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Batang, jumlah pengunjung *halal tourism* Wonobodro mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, hal ini dapat dibuktikan pada tabel 1.3

Tabel 1.3
Jumlah Pengunjung Halal Tourism Wonobodro

BULAN	TAHUN		
	2017	2018	2019
Januari	10.300	11.200	10.000
Februari	15.500	15.000	24.000
Maret	7.000	9.086	10.200
April	15.400	20.300	24.000
Mei	10.000	11.200	15.073
Juni	10.200	15.978	30.000
Juli	12.450	14.172	13.000
Agustus	6.900	7.500	14.000
September	11.000	10.000	13.800
Oktober	72.800	70.980	80.097
November	5.000	6.400	8.000
Desember	6.200	8.000	6.000
Jumlah	182.750	199'816	248.170

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Batang, (2021)

Dari tabel diatas membuktikan bahwa setiap tahun di wisata wonobodro terus meningkat. Tahun 2017 dengan jumlah 182.750 orang/tahun kemudian tahun 2018 dengan jumlah 199.816 orang/tahun dan tahun 2019 dengan jumlah 248.170 orang/tahun.

¹⁵ Muchamad Fauzan, “*Selubung Historiografi Syekh Maulana Maghribi Wonobodro*”, (2015), h. 262.

Pengunjung wisata wonobodro melonjak di bulan syuro' (Oktober) karena bulan tersebut terdapat tradisi yang dinamakan “khaul”, sehingga pengunjung berbondong-bondong untuk berziarah ke wonobodro. Selain wisata wonobodro, terdapat juga wisata pantai ujungnero yang terdapat makam syekh maulana maghribi, berikut jumlah pengunjung dari tahun 2017-2019 pada tabel 1.4

Tabel 1. 4
Jumlah Pengunjung Wisata Ujung Negero

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	79 994
2018	76 271
2019	80 669

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Batang, (2021)

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan jumlah pengunjung di Wisata Pantai Ujungnegero mengalami penurunan pada tahun 2017 sejumlah 80.669 orang/tahun, pada tahun 2018 sejumlah 76.271 orang/tahun dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan jumlah 79.994 orang/tahun. Wisata ujungnegero adalah wisata religi atau halal tourism yang terdapat Makam Syekh Maulana Maghribi yang terletak di pesisir pantai kecamatan kandeman kabupaten Batang¹⁶. .

Dari tabel 1.3 dan 1.4 menunjukkan jumlah pengunjung dari tahun 2017 sampai tahun 2019. Dimana wisata wonobodro masih menjadi wisata favorit *halal tourism*, dengan jumlah pengunjung yang masih tinggi dan terus meningkat. Karena memang kedua wisata yang terletak di pegunungan dan pesisir yang memiliki ciri khas dan adat yang berbeda, meskipun demikian wisata wonobodro memiliki keunikan untuk menarik wisatawan datang salah satunya adalah tradisi pada bulan syuro dimana penzirah

¹⁶ Kepemudaan dan Olahraga Dinas Pariwisata, “Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Menurut Tempat Dan Bulan Di Kabupaten Batang, 2019,” *Batangkab.Bps.Go.Id*.

berbondong-bondong datang ke wisata wonobodro, hal tersebut merupakan tradisi yang hanya terjadi pada bulan syuro'. Tradisi ini menjadi kerifan lokal yang luar biasa sebagai wisata religi¹⁷.

Dari sisi positif ekonomi, masyarakat Wonobodro dan masyarakat pesisir pantai dapat memanfaatkan peluang dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke wisata tersebut, misalnya dalam hal pusat pembelanjaan atau pusat oleh-oleh wisata *halal tourism*, tempat istirahat, warung makan, dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut memberikan potensi yang besar bagi perekonomian di Wisata Wonobodro dan juga Wisata Ujungnegero. Dari kedua wisata tersebut kebanyakan wisatawan memilih kunjungan berwisata *halal tourism* yaitu di Wisata Wonobodro, hal tersebut dibuktikan dengan data dimana Wisata Wonobodro terus mengalami peningkatan¹⁸.

Dibalik kunjungan wisatawan yang datang ke wisata Wonobodro tentunya tidak terlepas dengan motivasi wisatawan tersebut. Motivasi wisatawan merupakan satu komponen atribut yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisatawan, terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan, baik dari faktor eksternal maupun internal.¹⁹

Menurut Qu dan ping yang dikutip oleh Muhammed Battour et al tingkat kepuasan wisatawan terus meningkat jika kebutuhan perjalanan wisatawan tercukupi dengan pelayanan yang sesuai dengan harapan di wisata tersebut.²⁰ Demikian juga Zakbar dkk yang dikutip oleh Muhammed Battour et al menyatakan bahwa kepuasan adalah kunci penting dalam riset pemasaran, kepuasan wisatawan penting untuk dapat mempromosikan destinasi dengan sukses.²¹ Karena terkait dengan pilihan destinasi, maka motivasi wisatawan akan berpengaruh terhadap perilaku wisatawan. Oleh karena itu, seorang akan melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor *push and pull motivation* untuk menentukan atau memilih tujuan destinasi mereka. Hal ini didukung oleh

¹⁷ Muchamad Fauzan, "Selubung Historiografi Syekh Maulana Maghribi Wonobodro". (2015), h. 263"

¹⁸ *Ibid*, h. 262.

¹⁹ Mai Ngoc Khuong, Huynh Thi, and Thu Ha, "The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists ' Return Intention to Ho Chi Minh City , Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction", (2014), h. 490.

²⁰ Mohamed Battour et al., "Current Issues in Tourism Islamic Tourism : An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia," (2015), h. 2.

²¹ *Ibid*,h. 2.

penelitian Alexander Preko yang menyatakan motivasi wisatawan (*push and pull motivation*) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.²²

Ketersediaan atribut Islam sangat penting ketika wisatawan memutuskan untuk melakukan perjalanan. Pemasar destinasi harus memahami dan menyadari atribut destinasi yang disukai oleh wisatawan muslim, maka pemasar dapat mempromosikan dengan sukses atribut destinasi yang dikembangkan atas dasar motivasi wisatawan.²³ Menurut Chi dan qu *atribut islamic* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan secara keseluruhan, oleh karena itu atribut wisata menjadi tolak ukur kepuasan wisatawan yang berkunjung.²⁴

Berdasarkan studi literatur yang ada, masih sedikit penelitian yang menyelidiki *push motivation* dan *pull motivation* wisata bagi wisatawan muslim di Indonesia. Oleh karena itu, dalam skripsi ini akan mencoba menjelaskan kemungkinan *push motivation* dan *pull motivation* wisata yang mendorong wisata muslim berpergian dan memilih wisata Wonobodro sebagai destinasi wisata religi. Selain itu *Islamic attributes* digunakan untuk mengukur sejauh mana destinasi tersebut menyediakan fasilitas yang menunjang kegiatan wisatawan muslim selama berwisata.²⁵

Berdasarkan fenomena yang ada, maka judul skripsi yang diajukan:
“PENGARUH *PUSH MOTIVATION*, *PULL MOTIVATION*, DAN *ISLAMIC ATTRIBUTES* TERHADAP KEPUASAAN WISATAWAN MUSLIM DI WISATA WONOBODRO

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *push motivation* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim yang datang ke wisata Wonobodro.
2. Apakah *pull motivation* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim yang datang ke wisata Wonobodro.

²² Preko, Mohammed, and Gyepi-garbrah, “*Islamic Tourism : Travel Motivations , Satisfaction and Word of Mouth , Ghana Satisfaction.*”, (2020), h. 1.

²³ Mohamed Battour, Moustafa Battor, and Muhammad Awais Bhatti, “*Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction*” (2013), h. 2.

²⁴ *Ibid*, h. 2.

²⁵ *Ibid*, h. 2.

3. Apakah *islamic attributes* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim yang datang ke wisata Wonobodro.
4. Apakah *push motivation*, *pull motivation*, dan *islamic attributes* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim yang datang ke wisata Wonobdro

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh *push motivation* terhadap kepuasan wisatawan muslim di wisata Wonobodro.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh *pull motivation* terhadap kepuasan wisatawan muslim di wisata Wonobodro.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic attributes* terhadap kepuasan wisatawan muslim di wisata Wonobodro.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh *push motivation*, *pull motivation*, dan *islamic attributes* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim yang datang ke wisata Wonobdro
2. Manfaat penelitian
 - a. Sebagai penambah wawasan keilmuan yang berkaitan dengan teori motivasi (*push* dan *pull motivation*) dan *Islamic attributes* terhadap kepuasan wisatawan di wisata Wonobodro.
 - b. Sebagai bahan pembanding atau kajian pustaka untuk penelitian tema yang sejenis.

1.4 Sitematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut :

- Bab 1 : Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.
- Bab II : Dalam bab ini membahas kajian teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III : Dalam bab ini membahas tentang metode penelitian, variabel-variabel, populasi dan sampel, data dan sumber data, dan alat analisis data.

Bab IV: Dalam bab ini menunjukkan hasil dari analisis data yang diolah sesuai dengan metode yang digunakan. Kemudian dijelaskan dalam pembahasan hasil yang dikaitkan dengan teori yang telah dijelaskan dalam bab II.

Bab V : Dalam Bab ini membahas tentang kesimpulan, keterbatasan peneliti dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian Motivasi

Pengertian motivasi menurut Uysal dan Hagan yaitu “*Motivation has been referred to as psychological/biological needs and wants, including integral forces that arouse, direct, and integrate a person’s behavior and activity*”.¹ Motivasi adalah kebutuhan psikologis atau biologis untuk membangkitkan dan mengarahkan perilaku seseorang melalui aktivitasnya. Menurut teori Sharpley motivasi dalam studi wisatawan dan pariwisata merupakan hal yang sangat mendasar, karena motivasi merupakan faktor dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini kadang tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri.² Rehman menjelaskan bahwa motivasi wisatawan tidak hanya memberikan pengaruh atas pilihan tujuan tetapi juga kepuasan.³

Menurut Goeldner dan Ritchie studi telah menetapkan seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat atau destinasi tertentu dikarenakan oleh dua faktor yaitu faktor dorong dan faktor tarik. Terlebih dengan masyarakat muslim, Din melaporkan bahwa masyarakat muslim memilih tempat-tempat bersejarah Islam sebagai cara untuk belajar mengenai sejarah Islam dan untuk rekreasi. Ketersediaan fasilitas dan layanan yang berorientasi muslim yang melayani wisatawan muslim dan memberikan mereka keramahan adalah kunci yang menentukan perjalanan ke destinasi Islam.⁴ Karena tanpa adanya atribut

¹ Yooshik Yoon and Muzaffer Uysal, “*An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model*,” (2005), h. 46.

² Dilla Pratiyudha Sayangbatti, “*Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu*”, (2013), h. 132.

³ Efni Siregar, Vivianti Novita, and Siti Arimbi, “*Push and Pull Motivations on Halal Tourism*”, (2020), h. 72.

⁴ Mohamed M. Mostafa and Yvette Reisinger Mohamed A. Nassar, “*Factors Influencing Travel to Islamic Destinations : An Empirical Analysis of Kuwaiti Nationals*”, (2015), h. 38.

Islam kemungkinan wisatawan muslim memutuskan untuk tidak melakukan perjalanan ke tempat tujuan.⁵

Menurut Uysal dan Jurowski motivasi wisatawan adalah motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan yang didorong (*pushed*) yang membuat keputusan untuk melakukan perjalanan oleh tekanan internal dan ditarik (*pulled*) oleh tekanan eksternal dari atribut destinasi.⁶

Motivasi untuk melakukan perjalanan sudah dijelaskan dalam Alqur'an dan sudah diperintahkan berjalan di muka bumi ini. Surah Al-Imron ayat 137

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْدِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا
فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ
الْمُكَذِّبِينَ

Artinya” *sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah swt, karena itu berjalanlah di muka bumi dan perhatikanlah bagaimna akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)*” (Al-Imron ayat 137).⁷

Menurut Al-Maraghi, perintah berjalan di muka bumi dan merenungkan berbagai peristiwa yang telah menimpa umat sebelumnya. Motivasi untuk melakukan perjalanan sudah dijelaskan dalam al-qur'an sehingga dorongan untuk berwisata dengan melihat ke-Esaan Allah swt sehingga menjadikan hati orang-orang yang beriman menjadi kuat⁸.

Jadi Motivasi adalah dorongan psikologis maupun biologis seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan yang dipengaruhi dari faktor internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencapai tingkat kepuasan. Motivasi wisatawan yang mendapat kekuatan dari faktor internal yaitu berkaitan

⁵ Mohamed Battour, Mohd Nazari Ismail, and Moustafa Battor, “*The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist 's Choice*”, (2011), h. 528.

⁶ Yoonshik Yoon and Muzaffer Uysal, *Op. Cit.*, h. 70”.

⁷ Indah Murni Mahardini, “*Anjuran Berwisata Dalam Al Qur'an Dan Implikasi Wisata Ziarah Terhadap Pembentukan AKhlak Manusia*” (UIN Sunan Ampel, 2015), h. 41”

⁸ *Ibid.*, h. 42.

dengan *push motivation*, sedangkan yang mendapat kekuatan dari faktor eksternal yaitu berkaitan dengan *pull motivation*. Dengan demikian, *push motivation* berkaitan dengan faktor internal seseorang atau aspek emosional sedangkan *pull motivation* berhubungan dengan faktor eksternal, situasional, aspek kognitif.⁹

2.1.2 *Push Motivation*

Pariwisata telah menerapkan teori motivasi dorong-tarik untuk menjelaskan mengapa wisatawan melakukan perjalanan ke destinasi tertentu¹⁰. “*Push motivations are emotional and internal aspects of the individual which lead to travel decisions: (1)Fullfilling Prestige, (2)Enhancing Relation, (3) Seeking Relaxation, (4)Enhaching Social Circle, (5)Sightseeing Variety, (6)Fullfilling Spiritual Needs, (7) Escaping from Daily Routine (8)Gaining Knowlegde*”.¹¹

Push motivation adalah aspek emosional dan internal individu, lebih jelasnya faktor *push motivation* didorong dari dalam diri wisatawan (internal) untuk melakukan suatu perjalanan ke suatu tempat untuk memenuhi kepuasan dari wisatawan tersebut seperti untuk memenuhi gengsi, untuk meningkatkan hubungan, dan lain sebagainya.¹² Jadi *push motivation* berkaitan erat dengan aspek yang melibatkan sosio-psikologis secara mendalam dan memenuhi hasrat.¹³

Motivasi dorong dapat disebut juga sebagai demand (permintaan) yaitu perilaku wisatawan, yang didorong dari faktor internal individu sebagai dasar untuk melakukan perjalanan dengan berkomunikasi dan mempunyai tujuan baru.¹⁴ Crompton menjelaskan bahwa faktor pendorong tidak hanya menjelaskan minat utama yang mendorong wisatawan dan membangkitkan untuk melakukan

⁹ *Ibid*, h. 46.

¹⁰ Battour et al., “*Current Issues in Tourism Islamic Tourism : An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia.*”,(2015), h. 3.

¹¹ Yoonshik Yoon and Muzaffer Uysal, *Op. Cit*, h. 50”

¹² Eko Haryanto, “*Analisis Motivasi Pendorong Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Yogyakarta*” (2017), h. 18.

¹³ Battour and Ismail, “*The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism.*”, (2014, h. 2.

¹⁴ Farnaz Farahdel, “*Islamic Attributes and Its Impact on Muslim Tourist' Satisfaction : A Study of,*”(2011), h. 16.

perjalanan melainkan dapat memberikan arahan kepada wisatawan mengenai tujuan yang harus dipilih dan pilihan harus pergi ke mana.¹⁵

Adapun faktor *push motivation* terdapat lima bagian yaitu:¹⁶

1. Pencapaian (*Achievement*)

Dimensi *achievement* terdapat satu indikator yaitu menceritakan perjalanan wisata (*Talking about the trip*).

2. Kesenangan (*Exciting*)

Pada dimensi *exciting* terdapat dua indikator yaitu menentukan sensasi dan keseruan (*Finding thrills and excitement*), terhibur dan bersenang-senang (*Being entertained and having fun*).

3. Kebersamaan keluarga (*Family togetherness*)

Pada dimensi *family togetherness* terdapat dua indikator yaitu mengunjungi bersama teman dan keluarga (*Visiting friends and relatives*), rasa kebersamaan seperti dengan keluarga (*Being together as a family*).

4. Pengetahuan dan pembelajaran (*Knowledge/education*)

Dimensi *knowledge/education* berkaitan dengan dua indikator yaitu mempelajari hal baru atau meningkatkan pengetahuan (*Learning new things or increasing Knowledge*), dan mengunjungi tempat bersejarah (*Visiting historical places*).

5. Rasa untuk membebaskan diri (*Escape*)

Pada dimensi *escape* berkaitan dengan dua indikator sebagai berikut istirahat dari pekerjaan rumah (*Getting away from the demands at home*), istirahat dari sibuknya pekerjaan (*Getting a change from a busy job*).

2.1.3 Pull Motivation

Teori motivasi menjelaskan mengapa seseorang melakukan perjalanan dan teori tersebut mendukung pemahaman bahwa wisatawan memiliki pemikiran dua

¹⁵ *Ibid*, h. 14.

¹⁶ Battour and Ismail, *Op. Cit*, h. 4”

arah, yaitu apa yang mendorong wisatawan melakukan perjalanan dan apa yang menarik wisatawan ke tujuan perjalanan tertentu.¹⁷

Hu dan Ritchie menganjurkan bahwa faktor penarik dibuat dari berbagai sumber daya dan fasilitas yang dapat disesuaikan untuk mendorong lebih banyak wisatawan ke suatu tujuan tertentu.¹⁸ Destinasi wisata memiliki keterkaitan terhadap faktor penarik (*pull motivation*) sehingga mendorong wisatawan ke tujuan yang dipilih sehingga menjadi satu kesatuan yang memiliki daya tarik dan *value* terhadap calon wisatawan yang berkunjung serta mempunyai berbagai macam sub elemen yang saling mendukung . sub elemen tersebut antara lain:¹⁹

1. Atraksi, obyek wisata yang dapat membuat calon wisatawan tertarik untuk datang
2. Kelengkapan fasilitas, segala macam fasilitas yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang pada tempat destinasi.
3. Aksesibilitas, kemudahan wisatawan untuk datang ke tempat destinasi seperti transportasi maupun infrastruktur penunjang di obyek wisata.

Menurut Uysal dan Hagan *pull motivation* berkaitan dengan atribut tujuan dimana mereka ditarik atau tertarik dengan atribut tujuan,²⁰ yang dianggap sebagai elemen push motivation yang memuaskan.²¹

Adapun faktor *pull motivation* terbagi menjadi empat, antara lain:²²

1. Pemandangan alam (*Natural scenery*)

Dimensi ini berkaitan dengan tiga indikator yaitu pemandangan yang luar biasa (*Outstanding scenery*), pemandangan pegunungan (*Mountainous*

¹⁷ Preko, Mohammed, and Gyepi-garbrah, “*Islamic Tourism : Travel Motivations , Satisfaction and Word of Mouth , Ghana Satisfaction.*”, (2020), h. 4

¹⁸ Farahdel, “*Islamic Attributes and Its Impact on Muslim Tourists' Satisfaction ; A Study of*”, (2011), h. 15.

¹⁹ Dilla Pratiyudha Sayangbatti, “*Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu*”, (2013), h. 130.

²⁰ Yooshik Yoon and Muzaffer Uysal, “*YAn Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model,*” (2005), h. 46.

²¹ Farahdel, “*Islamic Attributes and its Impact on Muslim Tourist' Satisfaction : A Study of.*”, (2011), h. 16

²² Battour and Ismail, “*The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism.*”, (2014), h.5.

areas), dan alam yang masih terjaga (*Wilderness and undisturbed nature*).

2. Kebersihan dan berbelanja (*Cleanness & shopping*)

Pada dimensi *cleanness and hopping* berkaitan dengan dua indikator yaitu standar higienis dan kebersihan (*Standards of hygiene and cleanness*), fasilitas berbelanja (*Shopping facilities*).

3. Atmofer yang modern (*Modern atmosphere*)

Dimensi ini melibatkan dua indikator yaitu, suasana yang eksotis (*Exotic atmosphere*), dan cuaca yang mendukung (*Reliable weather*).

4. Perbedaan budaya (*Different culture*)

Dimensi *different culture* meliputi keramahan masyarakat lokal (*Interesting and friendly local people*), perbedaan budaya (*Different culture from my own*), dan kota/desa yang menarik (*Historic old cities*).

2.1.4 Islamic Attributes

Industri pariwisata mempunyai tujuan yang sama seperti industri yang lainnya selalu memiliki cara untuk terus berkembang,²³ dengan mengeksplorasi atribut Islam dapat membantu pemasar destinasi untuk menyesuaikan produk dan layanan yang memuaskan wisatawan muslim yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang masuk dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan pemasar juga dapat menggunakan atribut Islam dalam promosi.²⁴ Salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan yang datang dengan pelayanan kelengkapan atribut wisata, pelaku industri harus mengetahui kebutuhan wisatawan yang datang dan mampu²⁵ memenuhi kebutuhan untuk memperluas industri pariwisata.²⁶ Sedangkan menurut wahidati wisata halal merupakan konsep baru di dunia industri pariwisata yang dirancang untuk

²³ Battour, Battor, and Bhatti, "*Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction.*", (2013), h. 2

²⁴ Battour, Ismail, and Battor, "*The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist ' s Choice.*", (2011), h. 528

²⁵ *Ibid*, h. 528.

²⁶ Battour, Battor, and Bhatti, "*Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction.*", h. 2

memenuhi kebutuhan muslim melalui promosi guna menarik wisatawan.²⁷ Menekankan formulasi strategi dengan menetapkan strategi yang akan digunakan, mengidentifikasi ancaman, dan peluang untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang.²⁸ Dengan melihat potensi di sektor wisata halal yang terus berkembang, membuat banyak negara yang berlomba-lomba untuk membuat *tour* yang berstandar halal guna menarik muslim mancanegara.²⁹ Industri pariwisata hakekatnya merupakan kawasan yang didalamnya tersedia fasilitas, aksesibilitas yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative serta masyarakat yang di dalamnya saling terkait satu sama lain untuk mewujudkan tujuan, termasuk regulasi dan manajemen dari wisata itu sendiri.³⁰

Dan secara umum untuk mengikat wisatawan muslim perlu memastikan adanya pelayanan muslim yang terpenuhi agar merasa puas.³¹ Oleh karena itu, ketersediaan atribut muslim dapat berperan penting dalam pariwisata islam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim,³² karena nilai-nilai agama berperan dalam kebutuhan atribut islam.³³ Sehingga ada rekomendasi untuk mempelajari pengaruh dari kebutuhan religius wisatawan untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku di masa depan, preferensi produk wisatawan dan kunjungan berulang.³⁴

Atribut-atribut itu penting dinilai konsumen yang akan mempengaruhi kepuasan, karena atribut merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen yang

²⁷ Riska Destiana, “Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia”, (2019), h. 341.

²⁸ Muyassarah, “Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara,”, (2019), h. 73.

²⁹ Riska Destiana, *Loc.Cit.*”

³⁰ Dilla Pratiyudha Sayangbatti, “Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu”, (2013), h. 129.

³¹ Farahdel, “Islamic Attributes and Its Impact on Muslim Tourist' Satisfaction ; A Study of.”,(2011), h. 23

³² Battour et al., “Current Issues in Tourism Islamic Tourism : An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia.”, (2015), h. 4

³³ Battour, Ismail, and Battor, “The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist ' s Choice.”, (2011), h. 530.

³⁴ Battour, Battor, and Bhatti, “Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction.”,(2013) h. 2

diharapkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.³⁵ Dalam islam, wisatawan muslim harus melakukan perjalanan dari suatu obyek ke obyek lain untuk memuji kebesaran dan keindahan yang diciptakan oleh Allah SWT berdasarkan paraktik Al-Qur'an, dimana wisatawan muslim harus ramah dan bermura hati terhadap wisatawan muslim lainnya³⁶.

Berdasarkan teori diatas, untuk memuji kebesaran Allah swt dengan keindahan semesta, wisatawan muslim perlu melakukan perjalan ke tempat yang berbeda beda namun tetap memperhatikan aspek ibadah.

Dengan demikian, *Islamic attributes* merupakan faktor yang merespon untuk kebutuhan wisatawan muslim,³⁷ karena dengan fasilitas atribut islam yang lengkap wisatawan akan merasa puas dan berniat untuk mengunjungi ke destinasi wisata itu kembali.³⁸

Adapun faktor *islamic attributes* antara lain,³⁹

1. Fasilitas ibadah (*Worship facilities*)

Dimenai fasilitas ibadah terdapat beberapa indikator yaitu tersedianya masjid di tempat wisata (*Availability of Mosque (Masjid)*). Adanya panggilan sholat suara adzan (*Presence of loud public pronouncement of Azan to indicate prayer time*) ,adanya alqur'an dan petunjuk sholat (*al qur'an and qibla direction*), toilet yang menyediakan air (*muslim toilet providing*)

2. Kehalalan (*Halalness*)

Ukuran kehalaln dapat dilihat dari indikator berikut tersedianyanya makanan halal (*halal food*), ketersediaaan area terpisah wanita (*Availability of segregated areas for women at*)

³⁵ Rahman El Junusi, "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)," (2009), h. 2.

³⁶ Irda, "Pengaruh Islamic Attributes Terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berujung di kota Padang", (2020), h. 20.

³⁷ Farnaz Farahdel" *Islamic Attributes and Its Impact On Muslim Tourist' Satisfaction: a study of*," (2011), h. 23.

³⁸ Irda, "pengaruh Islamic Attrbutes terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang.", (2019) h. 22

³⁹ Battour and Ismail, "The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism.", (2014), h. 4

2.1.5 Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler, kepuasan merupakan kesan bahagia atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil kerja) dengan ekspektasi seseorang terhadap kinerja tersebut.⁴⁰ Jika kepuasan konsumen dibawah harapan maka akan merasa tidak puas, dan sebaliknya jika sesuai dengan harapan maka wisatawan akan merasa puas, dengan perasaan puas, wisatawan akan mempromosikan tempat destinasi wisata melalui “*word of mouth*” atau media yang lain.⁴¹ Kepuasan merupakan hubungan antara output (biaya) dan output (hasil) terhadap produk atau jasa yang sesuai dengan harapan seseorang.

Menurut Chen dan Tsai Kepuasan perjalanan wisatawan merupakan sejauh mana perasaan senang atau kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan, dari pengalaman perjalanan yang memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan wisatawan. Kozak dan Rimmington Kepuasan wisatawan adalah salah satu variabel utama untuk mempertahankan bisnis dalam industri pariwisata karena mempengaruhi pilahan destinasi, konsumsi produk, dan jasa.⁴²

Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, wisatawan akan mendapatkan kepuasan jika perjalanan yang dilakukan berdasarkan waktu, usaha, dan biaya perjalan sebanding dengan hasil yang didapatkan, atau sesuai dengan harapan wisatawan tersebut.⁴³ Meng dkk bahwa mengukur kepuasan wisatawan yaitu dengan menyajikan informasi yang berkaitan dengan seberapa cocok suatu destinasi dengan kebutuhan wisatawan, selain itu juga dapat membantu pemasar destinasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang menarik minat wisatawan. Correi dkk telah menemukan bahwa faktor penarik 'tujuan atribut' mempengaruhi kualitas yang dipersepsikan

⁴⁰ Kalebos Fatmawati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan”, h. 493.

⁴¹ Irda, “Pengaruh Islamic Attributes terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang.”, (2019), h. 22.

⁴² Siregar, Novita, and Arimbi, “Push and Pull Motivations on Halal Tourism.”, (2020), h. 72

⁴³ Yoonshik Yoon and Muzaffer Uysal, “An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model.”, (2005), h. 47

dari penawaran wisata, yang secara positif terkait dengan kepuasan,⁴⁴ ketika wisatawan memiliki pengalaman yang lebih baik, mereka akan menjadi *satisfied* dengan tujuan yang dipilih.⁴⁵

Tingkat kepuasan signifikan terkait dengan kebutuhan pariwisata mereka, sehingga keputusan dan pilihan wisatawan akan selalu tergantung pada persepsi pelayanan yang memuaskan. Tingkat motivasi dan kepuasan seorang wisatawan menentukan kesiapan untuk berbagi atau memasarkan suatu destinasi dengan calon wisatawan lain yang mungkin bersedia melakukan perjalanan, dan ketika wisatawan memiliki pengalaman yang lebih baik, mereka akan puas dengan tujuan yang dipilih.⁴⁶

Terdapat tiga dimensi pengukuran yang disebutkan oleh yoon dan uysal pada penelitiannya antara lain, harapan kepuasan terhadap suatu destinasi, kunjungan yang sebanding dengan pengorbananya (tenaga, waktu, biaya dan lain sebagainya) dan juga perbandingan dengan wisata lain apakah lebih baik atau lebih buruk dengan wisata lain.⁴⁷

Dalam penelitian Preko, Alexander pengukuran kepuasan wisatawan, sebagai berikut:⁴⁸

1. Perjalann wisata mambantu mengembangkan spiritual
2. Berbagi pengalaman dengan orang lain
3. Melakukan perjalanan wisata di masa depan
4. Puas dengan moral islam
5. Merasa puas dengan fasilitas islami
6. Menikmati perjalanan wisata
7. Perjalanan wisata membuat saya bangga

⁴⁴ Battour, Battor, and Bhatti, "*Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction.*", (2013), h. 2.

⁴⁵ Preko, Mohammed, and Gyepi-garbrah, "*Islamic Tourism : Travel Motivations, Satisfaction, and Word of Mouth, Ghana Satisfaction.*", (2020), h. 4.

⁴⁶ *Ibid*,h. 4.

⁴⁷ Yoonshik Yoon and Muzaffer Uysal, "*An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty :a structural model.*",(2005), h. 52.

⁴⁸ Preko, Mohammed, and Gyepi-garbrah, "*Islamic Tourism : Travel Motivations , Satisfaction and Word of Mouth , Ghana Satisfaction.*", (2020), h. 9.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji fenomena yang terjadi. Dari penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian dengan judul yang sama. Namun demikian, penelitian terdahulu yang ada akan memperkaya referensi dan bahan kajian untuk menyusun model penelitian dalam skripsi ini. Adapun penelitian terdahulu dari beberapa jurnal penelitian dijelaskan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Jurnal	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1	Battour, Battour dan Ismail (2012) <i>The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourist in Malaysia, Journal Travel and Tourism Marketing</i> , 29;3, 279-297	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa push and pull motivation mempengaruhi kepuasan wisatawan	Persamaan : Push and pull motivation sebagai variabel independen Perbedaan : Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) Objek penelitian di Malaysia
2	Battour dan Ismail (2014) <i>The Role of Destination Attributs in Islamic Toursm, SHS Web of Conference, EDP Science</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa push and pull motivation secara signifikan	Persamaan : Push and pull motivation sebagai variabel independen

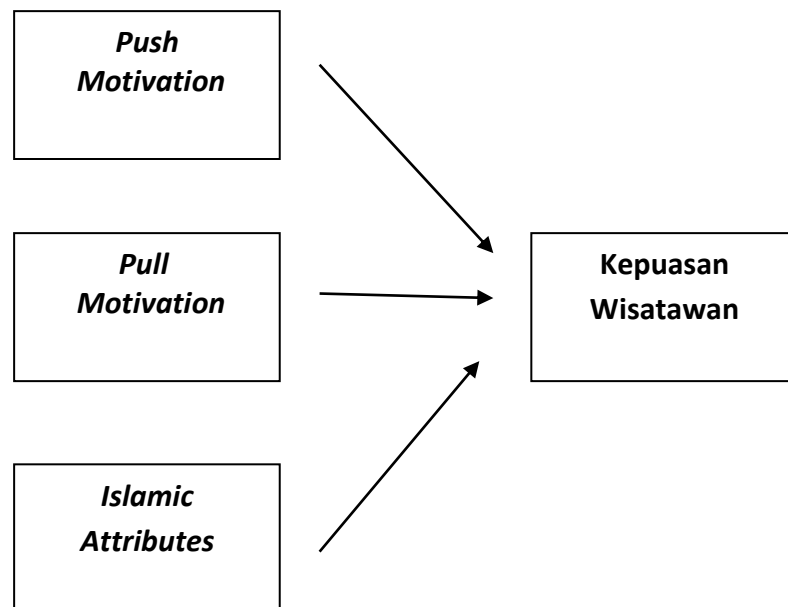
		mempengaruhi kepuasan wisatawan	Perbedaan : Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) Objek penelitian di Malaysia
3	Battour (2013) <i>Islamic Attributes of Destination: Construct Development and Mansurent Validation and Their Impact on Tourist Satisfaction.</i>	Hasil penelitian menunjukan hubungan positif Islamic attributes destination dan kepuasan wisatawan secara keseluruhan.	Persamaan Islamic attributes sebagai variabel independen Perbedaan : Objek penelitian di kuala lumpur
4	Irda (2019) Pengaruh <i>Islamic Attributes</i> terhadap <i>Islamic Tourist Satisfaction</i> Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang	Hasil penelitian menunjukan Islamic Attributes berpengaruh positif dan signifikan terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan.	Persamaan : Islamic attributes sebagai variabel independen dan tourist satisfaction (kepuasan wisatawan) sebagai variabel dependen Perbedaan : Menggunakan Partial Least Square (PLS) Objek penelitian di k otadang
5	Alexander Preko (2019) <i>Islamic Tourism: Travel</i>	Hasil penelitian menunjukan motif	Persamaan : Push dan pull

	<i>Motivations, Satisfaction and Word of Mouth, Ghana</i>	motivasi (push and pull) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan	motivation sebagai variabel independen Perbedaan Kepuasan sebagai variabel intervening
6	Farnaz Farahdel (2011) <i>Islamic Attributes and Its Impact on Muslim Tourists Satisfaction: a Study of Iran</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa push and pull motivation secara signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Dan Islamic attributes berpengaruh positif terhadap tourist satisfaction (kepuasan wisatawan).	Persamaan : Push and pull motivation sebagai variabel independen Perbedaan :Menggunakan Partial Least Square (PLS) Objek penelitian di Iran
7	Khuong dan Thu Ha (2014) <i>The influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourist Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam A Mediation Analysis of Destination Satisfaction, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol.5, No. 6, December 2014</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa push dan pull motivation berpengaruh terhadap satisfaction	Persamaan : Push and pull motivation sebagai variabel independen Perbedaan : Menggunakan Multiple Regression dan analisis jalur

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian disajikan pada gambar 2.1.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field study reseach*) yaitu pengamatan secara langsung ke tempat yang sedang diteliti guna memperoleh data yang relevan. Sedangkan pendekatan penelitian adalah penelitian kuantitatif, dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat menggunakan instrumen untuk mengukurnya.¹

3.1.2 Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.²

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada pengunjung yang pernah datang ke wisata Wonobodro -

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber kedua atau data primer yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain yang kita butuhkan seperti, jurnal, majalah, koran, dan lain-lain atau data-data yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder yang berasal dari orang kedua dan bukan data yang datang secara langsung. Data ini membantu dalam pembahasan dan penelitian yang diperoleh dari beberapa sumber yang dapat membantu mengkaji secara kritis penelitian tersebut. Beberapa sumber tersebut peneliti memperoleh data dari buku-buku, jurnal, website, dan contoh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif-Kualitatif, Dan R&D)*” (Bandung: Alfabeta, 2012),h. 14.

² Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,*” (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 129.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini menggunakan data berupa data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada pengunjung yang pernah datang ke wisata Wonobodro. Kemudian data sekunder sebagai data pendukung data primer berupa teori dan penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk.³ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata wonobodro. Dengan jumlah populasi rata-rata 210.245 orang/ tahun.

3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari di sampel itu, kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi.⁵ Jika jumlah populasi terlalu banyak untuk diteliti, maka dapat menggunakan sampel. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar yang representative, maka harus menggunakan teknik sampling yang benar.⁶ Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. *Accidental sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dan orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.⁷ Cara ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa sampel itu diambil dari populasi yang begitu banyak sehingga dapat mempermudah tujuan penelitian.

³ Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya", (Jakarta: Kencana, 2010), h. 141.

⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif-Kualitatif, Dan R&D)", (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 80.

⁵ *Ibid*, h. 81.

⁶ Sugiyono, "Statistik Untuk Penelitian", (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 62.

⁷ Singgih santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), h. 89.

Dalam menentukan ukuran sampel yang tepat, harus dilakukan perhitungan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu. Hal ini dilakukan untuk menghindari beberapa kesulitan karena populasi memiliki karakter yang sulit digambarkan. Berikut ini adalah rumusan untuk menentukan besaran sampel. Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dengan teknik Slovin, sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{210.245}{1 + 210.245(10\%)^2}$$

$$n = \frac{210.245}{1 + 210.245(0,01)}$$

$$n = \frac{210.245}{1 + 210.245}$$

$$n = \frac{210.245}{2103,45}$$

$$n = 99,95$$

$$n = 100(\text{dibulatkan})$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

e : perkiraan tingkat kesalahan (*margin of error*), menggunakan perkiraan tingkat kesalahan sebesar 10%

Dari hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang dari jumlah populasi 210.245 orang

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui dua cara, yaitu:

⁸ Syofian Siregar, “Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama” (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 34.

- Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan beberapa pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti jawaban tentang pribadinya atau hal lain yang ingin diketahui dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang sudah disediakan.⁹. Responden disini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata Wonobodro, kemudian hasil dari responden adalah jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui metode tertutup karena jawaban untuk responden telah disediakan dalam kuesioner, pada kolom kuesioner masing-masing tersedia jawaban berupa angka dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu berisi lima tingkat prefensi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

Simbol	Kriteria	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Hasil skor yang diperoleh akan dicari rata-rata skor per responden. Data responden secara individu akan dikategorikan dan diuraikan berdasarkan kriteria tertentu..

- Dokumentasi

⁹ Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, "*Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*", (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 21-25.

Dokumentasi merupakan sebuah cara yang dilakukan dengan mengumpulkan mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapot, agenda dan sebagainya.¹⁰ Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan mencatat data, foto, dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian di wisata Wonobodro Blado Batang..

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Peneliti

- Variabel Independen (bebas)

Variabel Independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjelaskan variabel lain. Variabel dalam penelitian ini yaitu *push motivation* (X1), *pull motivation* (X2), dan *islamic attributes* (X3).

- Variabel Dependen (terikat).¹¹

Variabel Dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan wisatawan (Y).¹²

3.4.2 Definisi Operasional dan Pengukuran

Pengukuran adalah suatu proses deduktif. Peneliti dari suatu konstruksi, konsep, dan ide, kemudian menyusun perangkat ukur untuk mengamatinnya secara empiri

Tabel 3. 2

Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
<i>Push motivation</i>	Push Motivation merupakan faktor yang berkaitan dengan	• <i>Achievement</i> • <i>Exciting</i>	Diukur melalui

¹⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: Alfabeta , 2015), h. 240.

¹¹ N. Indriantoro dan Supomo, "Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen", Edisi Pert. (yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), h. 63.

¹² *Ibid*,h. 63.

	kebutuhan emosional yang memicu seseorang atau wisatawan memutuskan untuk melakukan perjalanan (battour)	• <i>Family togetherness</i> • <i>Knowledge/education</i> • <i>Escape</i>	kuesioner dengan skala likert
<i>Pull motivation</i>	Pull Motivation merupakan faktor motivasi yang berkaitan dengan atribut destinasi, hal yang keliatan dengan nyata. Atribut wisata yang menarik wisatawan setelah mereka memutuskan untuk melakukan perjalanan. (battour)	• <i>Natural scenery</i> • <i>Cleanness & shopping</i> • <i>Modern atmosphere</i> • <i>Different culture</i>	Diukur melalui kuesioner dengan skala likert
<i>Islamic attributes</i>	Islamic attribut adalah perlengkapan islami untuk memenuhi kebutuhan wisatawan islam yang melakukan perjalanan wisata (Battour)	• <i>Worship facilities</i> • <i>Halalness</i>	Diukur melalui kuesioner dengan skala likert
Kepuasan wisatawan	Kepuasan wisatawan adalah respon wisatawan terhadap pelayanan atau harapanya yang memuaskan dari pengalaman perjalanan.	• Perjalanan wisata membantu mengembangkan spiritual • Berbagi pengalaman dengan	Diukur melalui kuesioner dengan skala likert

	(preko) .	orang lain • Melakukan perjalanan wisata di masa depan • Puas dengan moral islam • Merasa puas dengan fasilitas islami • Menikmati perjalanan wisata • Perjalanan wisata membuat saya bangga	
--	--------------	---	--

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses setelah dokumen dari seluruh responden atau sumber dokumen lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹³

Teknik analisa data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini, yaitu statistic Inferensial. Penelitian ini menggunakan *statistic inferensial*, teknik statistik akan digunakan sebagai alat analisis sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.¹⁴

3.5.1 Uji Instrumen

¹³ Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen", Cet. Ketiga. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 238.

¹⁴ *Ibid*, h. 240.

- Uji Validitas

Valid berarti akurasi. instrumen tersebut dapat dinyatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Obyek penelitian memiliki tingkat validitas yang rendah dinyatakan instrumen tersebut kurang spesifik sedangkan dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.¹⁵

Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi Produk Momen Karl Pearson, sebagai berikut: Rumus teknik korelasi Produk Momen Karl Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi suatu butir

N = Cacah objek

X = Skor butir

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Untuk menguji koefisien korelasi tersebut maka menggunakan level signifikansi 5%. Jika r hitung > r_{tabel} maka pernyataan tersebut valid.

- Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi dalam suatu instrumen yang terdiri dari butir-butir pernyataan. Tingkat keterkaitan antar butir pernyataan dalam suatu

¹⁵ N. Indriantoro dan Supomo, "Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen", (yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), h. 181.

instrumen untuk mengukur konstruk tertentu menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal instrumen yang berkaitan.¹⁶

Kriteria suatu instrumen peneliti dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Nilai cronbach alpha $> 0,7$ menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut adalah reliabel.¹⁷

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Syaratnya untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal dan mendekati normal.¹⁸ Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot dan teknik kolmogorov-Smirnov, dengan melihat nilai $\text{sig} > 0,005$ maka dapat dikatakan datanya normal.

- Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji suatu model apakah terdapat suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa variabel independen. Tujuan utamanya adalah untuk menguji apakah pada model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih kecil dari 0,1 dan memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari angka 10.¹⁹

- Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot dan uji White, yaitu dilakukan dengan cara

¹⁶ *Ibid*, h. 181.

¹⁷ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21", Cet. Ketujuh. (Semarang: Badan Penerbit – Undip, 2013), h. 48.

¹⁸ *Ibid*, h. 160.

¹⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen", Cet. Ketiga. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 105-106.,.

meregres residual kuadrat (U2T) dengan variabel independen, variabel independen kuadrat dan perkalian variabel independen.²⁰ Kemudian membandingkan nilai chi square hitung dengan chi square tabel. Jika nilai chi square hitung lebih < chi square tabel maka terdapat masalah heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika chi square hitung > chi square tabel maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Regresi Berganda

Analisi regresi digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya.²¹ Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan regresi untuk tiga prediktor dengan memakai rumus regresi berganda, sebagai berikut :

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan

a = Nilai Konstanta

b₁,b₂ = Koefisien Regresi

Y= kepuasan

X₁= *Push motivation*

X₂= *Pull Motivation*

X₃= *Islamic Attributes*

3.5.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan hipotesis. Hipotesis akan diterima apabila hasil penelitiandapat mendukung pernyataan hipotesis dan sebaliknya akan ditolak apabila hasil penelitian tidak mendukung pernyataan hipotesis.

- Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Cetakan ke. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h. 138-139.

²¹ Sugiyono, *"Metode Penelitian Manajemen"*, Cet. Ketiga. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 292. .

Uji t adalah suatu analisis statistik yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan penjabaran seperti, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, . Hipotesis yang akan dilakukan menggunakan uji adalah:

H_0 = tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

- Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F adalah suatu analisis statistik yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Uji F dalam penelitian ini menggunakan software SPSS, yaitu dengan melihat table ANOVA dalam kolom sig, jika probabilitas $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan digunakan dengan uji F

H_0 = tidak ada pengaruh anatara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel independen.

- Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Uji r^2 adalah suatu analisis yang menunjukan berapa jauh pengaruh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square karena dalam regresi ini menggunakan lebih dari dua variabel bebas. Hasil perhitungan Adjusted R^2 dapat dilihat pada output Model Summary. Pada kolom Adjusted R^2 dapat diketahui berupa prosentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.²²

²² Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2", Cet. Ketujuh. (Semarang: Badan Penerbit – Undip, 2013), h. 98-99.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Wonobodro adalah sebuah desa yang memiliki asset budaya dengan karakteristik islami yang khas. Desa Wonobodro mempunyai sejumlah situs bersejarah dengan sejarah lokalnya yang menjadi daya tarik wisatawan, yaitu makam tokoh penting dalam proses Islamisasi di Kabupaten Batang, seperti Makam Syekh Maulana Maghribi (SMM), dan Makam Ki Ageng Pekalongan (KAP) . Kharisma makam Syekh Maulana Maghribi dan Ki Ageng Pekalongan telah menarik perhatian umat Islam di Jawa Tengah untuk berziarah di makam tersebut.

4.1.1 Makam Auliya Syekh Maghribi

Makam Syekh Maulana Maghribi adalah salah satu makam yang berada di wisata wonobodro, terkait mengenai siapakah itu Syekh Maulana Mghribi ?, dalam penelitian oleh Fauzan yakni menyebut bahwa SMM adalah bukan orang NU Wonobodro, bukan orang Batang ataupun Pekalongan, bukan orang Jawa dan bukan orang Indonesia asli, melainkan orang yang asalnya dari Maroko dengan tujuan dakwah islam semata. Diinformasikan oleh Habib Lutfi bin Ali bin Yahya dalam tabloid Logika bahwa tentang nama tokoh Syekh Maulana Maghribi Wonobodro adalah sebutan yang juga dinisbatkan kepada tokoh-tokoh penyiar agama islam dari timur tengah, maroko dan afrika yang menyebarkan agama Islam di tanah jawa sekitar akhir abad ke -14 Masehi atau abad ke-8 Hijriyah. Dan apabila ditelaah lebih mendalam, maka toko Syekh Maulana Maghribi adalah tokoh dari generasi ketiga almaghrobi yang dikomandai Malik Ibrahim setelah generasi kedua yang dikomandai Syekh Ibrohim Asmoro bin Jamaludin Husen atau dikenal dengan dengan sebutan Syekh Jamaludin Kubro. Secara lengkap Almagghrobi tersebut terbagi atas empat generasi, yakni; 1) generasi Jamaludin al Husen, 2) generasi Ibrohim Asmoroqondi, 3) generasi Malik Ibrohim, dan 4) generasi sunan Ampel. Pada generasi ketiga inilah, ada rombongan yang berpencar, dan diantara rombongan-rombongan tersebut ada yang berpencar, dan diantaranya ada yang ke Pekalongan sekitar 25 almaghrobi.

Adapun yang pertama tinggal di daerah Blado Wonobodro bersama rombongannya dan wafat disana adalah Syarifudin Abdulllah bin Hasan alwi al Quthbi. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa belum ada yang menyebut identitas tanggal kelahiran, dan tahun kematian SMM Wonobodro karena tidak pembukuan mengenai identitas yang dimakamkan di wisata Wonobodro, sehingga sejarah mengenai makam di wisata Wonobodro diperoleh dari cerita-cerita yang didapat secara turun temurun.

Makam Syekh Maulana Maghribi merupakan cikal bakal kompleks pemakaman auliya' Wonobodro. Sementara itu jumlah keseluruhan makam auliya' di Wonobodro adalah 72 makam waliyullah termasuk makam SMM. Selain makam SMM, yang menjadi pusat perhatian penziarah ialah Makam Ki Ageng Pekalongan

4.1.2 Makam Auliya Ki Ageng Pekalongan (KAP)

Ki Ageng Pakelongan (Sayyid Muhammad bin Hasan) adalah ulama yang masih dzuriyyah Nabi Muhammad dan makamnya ada di Wonobodro satu Komplek dengan Ky Agung Wonobodro. pada zaman dahulu mengadakan saimbara antara Ki Ageng Pekalongan dan Ki Agung Wonobodro yaitu saimbara balap kuda di daerah Pekalongan Utara dan dalam saimbara bagi yang kalah jika meninggal, maka harus dimakamkan di daerahnya yang menang, dan pada waktu itu Ki Agung Wonobodro yang memenangkan saimbara tersebut, sehingga sesuai dengan kesepakatan awal, maka Ki Ageng Pekalongan dimakamkan di Wonobodro, dan dua ulama tersebut sudah menjadi teman sejak masih mudanya (Hasil Wawancara dengan ketua pokdarwis, Naja Khoiru Mashuda tanggl 17 Juli 2021)

4.1.3 Aktivitas Sosial oleh Yayasan Maulana Maghribi

Yayasan Syekh Maulana Maghribi merupakan yayasan yang tumbuh dan berkembang di masyarakat desa Wonobodro. Aktivitas sosial keagamaan sangatlah berpengaruh terhadap kehidupan bermasyarakat, karena keseimbangan dan keharmonian hidup baik secara sosial maupun moral dibutuhkan dalam bermasyarakat dan bekal keimanan yang diyakini ialah agama islam. Aktivitas sosial keagamaan yang diselenggarakan oleh yayaan tersebut antara lain

1. Kegiatan Pendidikan

Penyelenggara pendidikan yang diawali dengan menyelenggarakan pendidikan Tk al-Qur'an as-Syafi'iyah dan Madrasah Diniyah as-Syafi'iyah. kelancaran kegiatan pendidikan tersebut tidak terlepas dari pembiayaan. Pembiayaan kegiatan pendidikan didukung dari dana yayasan yang didapat dari sumbangan penziarah dan usaha lainnya.

Beberapa kegiatan pendidikan yang sudah berdiri di bawah yayasan Maulana Maghribi sampai saat ini :

- TK al-Qur'an as-Syafi'iyah
- Madrasah Diniyah as- Syafi'iyah
- SMP Islam An-Nur

2. Kegiatan Bulanan

Kegiatan bulanan merupakan aktivitas yang diselenggarakan secara rutin dalam kurun waktu setiap bulan sekali, antara lain:

- Jamaah Tahlil dan sholawat Rotibul hadad tiap malam jumat pon
- Jamaah Tahlil di Wonobodro tiap malam jumat Kliwon di amakam

3. Kegiatan Tahunan

Kegiatan tahunan merupakan aktivitas yang diselenggarakan secara rutin setiap tahun sekali, antara lain:

- Acara haul para Auliya tiap tanggal 13 Muharram di Makam
- Acara sunatan missal tiap tanggal 13 Robiul Awal
- Pelaksanaan peringatan hari-hari besar
- Pelaksanaan halal bi halal tanggal 7 Syawal

4.2 Gambaran Responden Penelitian

Dalam penelitian ini, jumlah populasi yang diambil yaitu wisatawan yang berkunjung ke wisata Wonobodro dari tahun 2017-2019 dengan jumlah rata-rata 210.245 wisatawan, karena keterbatasan waktu dan biaya maka peneliti hanya mengambil sampel 100 responden.

Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Oleh karena itu perlu dilakukan pengelompokan sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan. Berikut karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah nama, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Berikut hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah di sebar

4.2.1. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	55	55%
Laki-laki	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 55 orang dengan presentase 55%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 45 responden dengan presentase 45%

4.2.2. Umur

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
<15	0	0%
15-25	69	69%%
25-35	18	18%
35-45	7	7%
45-55	5	5%
>55	1	1%
total	100	100%

Sumber: Data primer dioalah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah umur <15 yaitu 0, umur 15-25 sebanyak 69 orang, umur 25-35 sebanyak 18 orang, umur 35-45 sejumlah 7 orang, umur 45-55 seabanyak 5 orang, dan umur >55 sebanyak 1 orang.

4.2.3. Pendidikan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
Tidak Sekolah	0	0%
SMP	17	17%
SMA	60	60%
Akademi (D1.D2.D3)	2	2%
Sarjana (S1,S2,S2)	20	20%
Lain lain	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui jumlah responden yang tidak sekolah sebanyak 0, SMP sebanyak 17 orang, SMA sebanyak 60 orang, tingkat akademi sebanyak 2 orang, tingkat sarjana sebanyak 20 orang, dan lain-lain sebanyak 1 orang.

4.2.4. Pekerjaan

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Tidak Bekerja	12	12%
Pelajar/Mhasiswa	41	41%
PNS	5	5%
BUMN	3	3%
Wiraswasta	20	20%
Guru	5	5%
Lain-lain	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah tahu 2021

Pada tabel 4.4 diketahui jumlah responden yang tidak berkerja sebanyak 12 orang, pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 41 orang, PNS yang berjumlah 5 orang, BUMN sebanyak 3 orang, wiraswasta yaitu 20 orang, guru sebanyak 5 orang dan lain-lain sebanyak 14 orang.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji intrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reabilitas yaitu *method* analisis data yang perlu dilakukan di setiap penelitian. Intrumen dikatakan valid jika instrument yang digunakan dapat untuk mengukur apa yang harus diukur, dan

sebaliknya instrument yang reliabel digunakan untuk beberapa kali mengukur objek yang sama, dan juga menghasilkan data yang sama. Untuk mendapatkan hasil instrument yang valid dan reliabel itu tergantung pada penyebaran kuesioner yang dibagikan peneliti kepada responden.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan. Suatu instrument dikatakan valid jika instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Suatu instrument dikatakan valid bila:

- Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf $\alpha = 5\%$) maka dapat dikatakan item kuesioner valid.
- Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf $\alpha = 5\%$) maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Correctedl item total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Push Motivation (X1)	PSM1	0.599	0.1966	Valid
	PSM2	0.632	0.1966	Valid
	PSM3	0.769	0.1966	Valid
	PSM4	0.733	0.1966	Valid
	PSM5	0.773	0.1966	Valid
	PSM6	0.465	0.1966	Valid
	PSM7	0.578	0.1966	Valid
	PSM8	0.738	0.1966	Valid
	PSM9	0.753	0.1966	Valid

Pull Motivation (X2)	PLM1	0.710	0.1966	Valid
	PLM2	0.728	0.1966	Valid
	PLM3	0.730	0.1966	Valid
	PLM4	0.709	0.1966	Valid
	PLM5	0.650	0.1966	Valid
	PLM6	0.822	0.1966	Valid
	PLM7	0.631	0.1966	Valid
	PLM8	0.631	0.1966	Valid
	PLM9	0.722	0.1966	Valid
	PLM10	0.797	0.1966	Valid
Islamic Attributes (X3)	IA1	0.829	0.1966	Valid
	IA2	0.908	0.1966	Valid
	IA3	0.874	0.1966	Valid
	IA4	0.736	0.1966	Valid
	IA5	0.796	0.1966	Valid
	IA6	0.809	0.1966	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	KW1	0.816	0.1966	Valid
	KW2	0.824	0.1966	Valid
	KW3	0.870	0.1966	Valid
	KW4	0.843	0.1966	Valid
	KW5	0.859	0.1966	Valid
	KW6	0.898	0.1966	Valid
	KW7	0.875	0.1966	Valid

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.5 skor masing-masing butir pernyataan dengan skor total (*PersoanCorelation*) untuk masing-masing variabel menunjukkan korelasi yang positif dan signifikan pada level 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut memiliki validitas yang cukup tinggi sehingga layak digunakan.

4.3.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah konsistensi diantara setiap pernyataan dalam suatu instrument. Uji reabilitasn pada penelitian ini mnggunakan 4 (empat) variabel, diantaranya: Kepuasan Wisatawan (Y), Push Motivation (X1), Pull Motivation (X2), dan Islamic Attributes (X3)

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reabilitas

Reability Statistic				
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.937	0.7	7	Reliabel
<i>Push Motivation</i> (X1)	0.846	0.7	9	Reliabel
<i>Pull Motivation</i> (X2)	0.892	0.7	10	Reliabel
<i>Islamic Attributes</i> (X3)	0.896	0.7	6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan seluruh instrument dari variabel yang diuji memiliki Cronbach's Alpha 0.70. tingkat reabilitas suatu kontruk-variabel dapat dilihat dari hasil statistic Cronbach's Alpha (a), dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha >0.70. Dengan demikian hasil pengujian dengan semua instrument memiliki tingkat reabilitas (keandalan) yang cukup tinggi, sehingga dapat dianggap reliabel.

4.4 Uj Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau tidak. Dibawah dapat dilihat

hasil uji normalitas dengan teknik Kolmogorov-Smirnow dan normal P-P Plot seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4. 7

Hasil Uji Normalitas Teknik Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26296438
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.048
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.711
Asymp. Sig. (2-tailed)		.693

a. Test distribution is Normal.

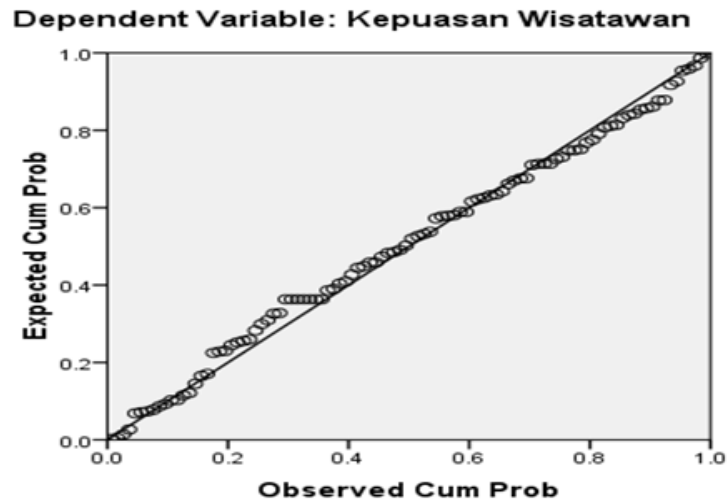
Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan nilai signifikansi sebesar $0,693 > 0,05$.
Dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi

Grafik 4. 1

Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan grafik 4.1 dengan hasil kurva yang memperlihatkan titik-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya. Dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menganalisis apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Syarat untuk uji regresi seharusnya tidak ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen). Dibawah dapat dilihat hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-10.300	2.976		-3.461	.001		
	Push Motivation	.141	.065	.156	2.163	.033	.594	1.684
	Pull Motivation	.299	.055	.391	5.411	.000	.587	1.704
	Islamic Attributes	.826	.125	.449	6.595	.000	.664	1.506

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan *tolerance* maupun VIF memenuhi syarat karena syarat tidak terjadinya korelasi antar variabel independen adalah nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dibawah dapat dilihat hasil dari uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji White

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.696	2.29805

a. Predictors: (Constant), islamic attributes, push motivation, pull motivation

Sumber: Data primer dioalh 2021

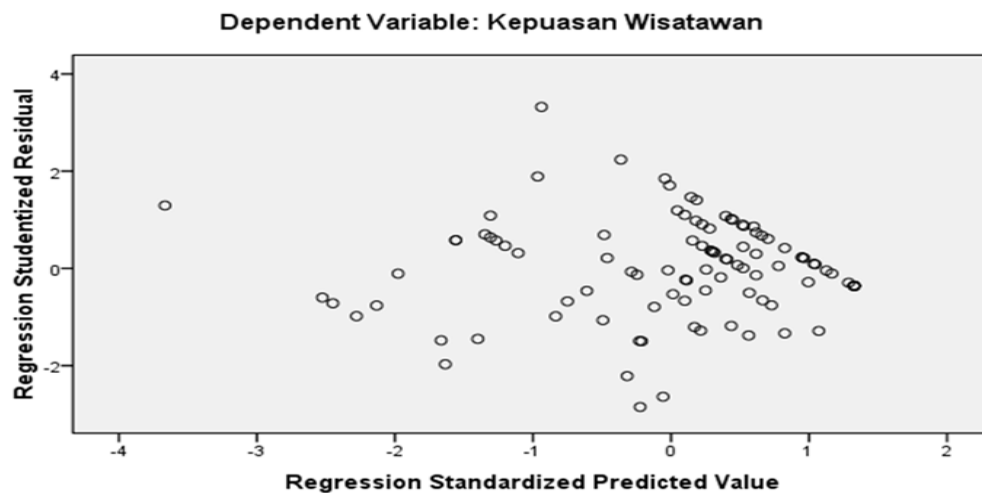
$$c^2 \text{ tabel} = n-1 = 100-1 = 99 = 123,2253$$

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai R square (R^2) sebesar 0,705 nilai $n = 100$, nilai c^2 hitung = $n \times R^2 = 100 \times 0,705 = 70,5$ maka nilai c^2 hitung = 70,5 dan c^2 tabel = 123,2253 artinya $70,5 < 123,2253$, dengan demikian tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Grafik 4. 2

Grafik Scaterplot

Scatterplot



Sumber: Dta primer diolah 2021

Berdasarkan grafik 4.2 menunjukkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas karena tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik terlihat menyebar dibawah dan diatas angka nol. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terdapat heterokedasisitas.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untu mengetahui pengaruh push motivation, pull motivation, Islamic attributes terhadap kepuasan wisatawan. Dengan kata lain analisis ini digunakan untuk mengetahui anatra variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Setelah diolah dengan menggunakan *Software SPSS 16* diperoleh nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.300	2.976		-3.461	.001
	push motivation	.141	.065	.156	2.163	.033
	pull motivation	.299	.055	.391	5.411	.000
	islamic attributes	.826	.125	.449	6.595	.000

a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.10 *coefficients* regresi didapat, persamaan regresi untuk empat predictor dengan memakai rumus regresi sebagai berikut :

Rumus persamaan regresi:

$$Y = (-10,300) + 0,141 X_1 + 0,299 X_2 + 0,826 X_3 + 2,976$$

Keterangan

Y = Kepuasan Wisatawan

X₁ = *Push Motivation*

X₂ = *Pull Motivation*

X₃ = *Islamic Attributes*

E = Variabel gangguan

Berdasarkan nilai koefisien regresi dengan persamaan regresi di atas dapat menenerangkan bahwa variabel *push motivation*, *pull motivation* dan *islamic attributes* memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Wisatawan, dimana dapat diiprentasikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar -10,300 berarti bahwa nilai konstanta variabel kepuasan wisatawan adalah -10,300.
- Koefisien regresi *push motivation* (X₁), sebesar 0,141 artinya jika variabel push motivation ditingkatkan. Dalam hali ini *achievement*, *exciting*, *family*

togetherness, knowledge, dan escape itu ditambah, maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,141. Dengan asumsi variabel independen yang lain *ceteris paribus* (constant).

- Koefisien regresi *pull motivation* (X2), sebesar 0,299 artinya jika *pull motivation* ditingkatkan. Dalam hal ini *natural scenery, cleanness and shopping, modern atmosphere, dan different culture* itu ditambah, maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,299. Dengan asumsi variabel independen yang lain *ceteris paribus* (constant).
- Koefisien regresi *islamic attributes* (X3) sebesar 0,826 artinya jika *Islamic attributes* ditingkatkan. Dalam hal ini *worship facilities dan halalness* itu ditambah, maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,826. Dengan asumsi variabel independen yang lain *ceteris paribus* (constant).

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan penjabaran seperti, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah:

H_0 : berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

H_a : berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4. 11

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-10.300	2.976		.001
	push motivation	.141	.065	.156	.033
	pull motivation	.299	.055	.391	.000
	islamic attributes	.826	.125	.449	.000

a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Sumber: Data primer diolah 2021

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05 : 2 ; 100-3-1) = t \text{ tabel } 0,025 ; 96 = 1,984$$

Keterangan :

α = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Berdasarkan tabel 4.11 hasil olah data yang dimasukan ke dalam model regresi dari ketiga variabel independen dapat diinterpretasikan bahwa :

- Variabel *push motivation* (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,163. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,984, dan probabilitas signifikansi untuk *push motivation* pada kepuasan wisatawan sebesar $0,033 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa *push motivation* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan .
- Variabel *pull motivation* (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 5,411. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,984, dan probabilitas signifikansi untuk *pull motivation* pada kepuasan wisatawan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa *pull motivation* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
- Variabel *islamic attributes* (X3) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,595. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,984, dan probabilitas signifikansi untuk

islamic attributes pada kepuasan wisatawan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti *islamic attributes* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel independen mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui maka nilai F-test tersebut akan membandingkan tingkat signifikan (sig.F) dengan tingkat signifikan ($\alpha=5\%$). Apabila $\text{sig F} < 0,05$ atau apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi signifikan terhadap variabel dependen. . Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji f.

H_0 : artinya tidak ada pengaruh variabel *push motivation* (X1), *pull motivation* (X2), *islamic attributes* (X3) terhadap kepuasan wisatawan (Y)

H_a : artinya ada pengaruh variabel *push motivation* (X1), *pull motivation* (X2), *islamic attributes* (X3) terhadap kepuasan wisatawan (Y)

Tabel 4. 12

Hasil Uji f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1212.460	3	404.153	76.529	.000 ^a
	Residual	506.980	96	5.281		
	Total	1719.440	99			

a. Predictors: (Constant), *islamic attributes*, *push motivation*, *pull motivation*

b. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Rumus F tabel = $F(k ; n-k) = F(3 ; 100-3) = F(3 ; 97) = 2,70$

Keterangan:

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $76,529 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

4.5.3 Koefisien Determinan (Uji R^2)

Uji R^2 merupakan analisis *statistic* yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan Adjusted R Square karena dalam regresi ini menggunakan lebih dari dua variabel independen. Hasil perhitungan Adjusted R^2 dapat dilihat pada output model Summary. Dalam kolom Adjusted R^2 akan menunjukkan berapa prosentase yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 13 Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.696	2.29805

a. Predictors: (Constant), islamic attributes, push motivation, pull motivation

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan dalam model Summary besarnya Adjusted R^2 adalah 0,696. Hal ini berarti 69,6% variasi intensi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu *push motivation*, *pull motivation*, *islamic attributes* sedangkan sisanya ($100\% - 69,6\% = 30,4\%$) dengan *standart error of estimate* (SEE) sebesar 2,29805, artinya variabel independen yang dapat dijelaskan oleh faktor lain sebesar 30,4% diluar model penelitian.

4.6 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.6.1 Pengaruh *push motivation* terhadap kepuasan wisatawan muslim

Dari hasil uji multiple regression pengaruh push motivation terhadap kepuasan wisatawan muslim memiliki koefisien regresi 0,141, $t=2,163$ dan $p=0,033$. Hal ini menunjukkan bahwa push motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan artinya semakin tinggi push motivation maka semakin meningkat kepuasan wisatawan. Desa Wonobodro merupakan desa religi dimana kebutuhan secara rohani terpenuhi ketika wisatawan merasa damai, tenang, bahagia dengan cara mengaji, hal tersebut adalah salah satu cara mendekatkan diri dengan Allah. Dengan demikian Push motivation didorong dari dalam diri seseorang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu, dorongan tersebut seperti pencapaian, kesenangan, kebersamaan keluarga, pengetahuan dan pembelajaran, serta rasa untuk membebaskan diri menjadi alasan yang kuat wisatawan pergi ke wisata Wonobodro. Sebagian besar wisatawan merasa puas karena motivasi internalnya dapat terpenuhi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu Farahdel (2011) dan Battour (2014) yang menunjukkan push motivation berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

4.6.2 Pengaruh *pull motivation* terhadap kepuasan wisatawan

Dari hasil multiple regression pull motivation terhadap kepuasan wisatawan memiliki koefisien regresi 0,299, $t=5,411$ dan $p=0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa pull motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan artinya semakin tinggi *pull motivation* maka semakin meningkat kepuasan wisatawan. Menurut Uysal dan Hagan *pull motivation* berkaitan dengan atribut tujuan dimana mereka ditarik atau tertarik dengan atribut tujuan. Ketika kebutuhan berwisata terpenuhi, rasa kepuasan atau kesenangan berwisata di Wisata Wonobodro terpenuhi sesuai dengan kebutuhan masing-masing wisatawan, mereka yang tertarik maupun ditarik dengan atribut tujuan, merasa tidak sia-sia, baik sia-sia dalam waktu, uang maupun tenaga, karena secara fisik merasa *happy* atau bahagia dengan kondisi yang mendukung dari wisata tersebut. Hal-hal yang membuat terpenuhi seperti pemandangan alam, kebersihan dan berbelanja, atmosfer yang modern dan perbedaan budaya penting bagi kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan adanya kesamaan penelitian

dengan penelitian terdahulu. Seperti dalam penelitian Battour (2012) dan Alexander Preko (2019) menemukan bahwa *pull motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

4.6.3 Pengaruh *Islamic attributes* terhadap kepuasan wisatawan

Dari hasil multiple regression *Islamic attributes* terhadap kepuasan memiliki koefisien regresi 0,826, $t=6,595$ dan $p=0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa *islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan artinya semakin tinggi *Islamic attributes* maka semakin meningkat kepuasan wisatawan. Ini mengindikasikan bahwa penyediaan fasilitas dan kehalalan tetap diperhatikan dengan baik, karena atribut dianggap penting dan titik tolak penilaian yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini menunjukkan adanya kesamaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu. Seperti dalam penelitian Irda (2019) yang menunjukkan *Islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic tourist satisfaction* serta penelitian battour (2013) dan farahdel (2011) menunjukkan *Islamic attributes* berpengaruh positif terhadap *tourist satisfaction*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam “Pengaruh Push Motivation, Pull Motivation dan Islamic Attributes terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Wonobodro”, ada beberapa kesimpulan yang berhubungan, anatar lain:

- 1) *Push motivation* yang berasal dari aspek emosional wisatawan, bernilai positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dilihat dari $t_{hitung} 2,163 > 1,984$ dengan signifikan sebesar $0,033 < 0,05$.
- 2) *Pull motivation* yang berasal dari faktor eksternal (aspek kognitif), bernilai positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dilihat dari $t_{hitung} 5,411 > 1,984$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
- 3) *Islamic attributes* merupakan faktor-faktor yang diberikan untuk merespon kebutuhan wisatawan muslim, bernilai positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dilihat dari $t_{hitung} 6,595 > 1,984$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
- 4) *Push motivation*, *pull motivation* dan *Islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dilihat dari $f_{hitung} 76,529 > 2,70$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dan hasil penelitian koefisien determinan (R^2) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *push motivation* (X1), *pull motivation* (X2), *Islamic attributes* (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan wisatawan (Y) sebesar 0,696 atau 69,6% yang menunjukkan adanya pengaruh variabel *push motivation*, *pull motivation*, dan *Islamic attributes*. Dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan adanya penelitian lain yang juga membahas *push motivation* dan *pull motivation* dengan objek yang berbeda. Karena dengan adanya penelitian serupa, peneliti dapat memahami adanya dampak yang signifikan dalam variabel *push motivation* dan *pull motivation* dengan objek yang lain. Kemudian

penelitian ini hanya memfokuskan 4 variabel yang terdiri dari variabel independen (*push motivation*, *pull motivation*, *Islamic attributes*) dan variabel dependen (kepuasan wisatawan). Penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

Untuk pemerintah, diharapkan penelitian ini menjadi pertimbangan bagi pemerintah Kabupaten Batang khususnya di Kecamatan Blado untuk meningkatkan fasilitas penunjang bagi wisatawan supaya merasa nyaman di wisata Wonobodro. Tentunya pemerintah Kabupaten Batang bisa bersinergi dengan agen wisata untuk memperhatikan fasilitas penunjang bagi wisatawan, karena pada waktu tertentu seperti acara “khaul” wisatawan yang berkunjung dapat meningkat secara drastis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nur, Fitriya Ardiani, and Metta Renatie Hanastiana. "*Halal Food Industry : Challenges And Opportunities In Europe*" Journal of Digital and Halal Industry Vol. 2, No. 1 (2020) { 43-54: <http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5799>..
- Aisyah, Siti. "*Integrasi Bumdes dalam Mewujudkan Halal Tourism Berbasis Ristek* " Jurnal Riste, (2019): 51-65.
- Battour, Mohamed, and Moustafa Battor. "*The Mediating Role of Tourist Satisfaction : A Study of Muslim Tourists in*", Jurnal of Travel and tourism Marketing (2012).
- Battour, Mohamed, Moustafa Battor, and Muhammad Awais Bhatti. "*Islamic Attributes of Destination : Construct Development and Measurement Validation , and Their Impact on Tourist Satisfaction*" (2013).
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. "*The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism*", EDP Science, (2014).
- Battour, Mohamed, Mohd Nazari Ismail, and Moustafa Battor. "*The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist 's Choice*" International Journal of Tourism Research (2011): 527-540.
- Battour, Mohamed, Mohd Nazari Ismail, Moustafa Battor, and Muhammad Awais. "*Current Issues in Tourism Islamic Tourism : An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia*", (2015).
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Destiana, Riska dan Retno Sunu Astuti "*Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia*", Vol. 01, No. 01, (2019): 331-353.
- Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga. "*Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Menurut Tempat Dan Bulan Di Kabupaten Batang, 2019.*" Batangkab.Bps.Go.Id.
- Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah. "*Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan*", Journal of Halal Product and Research (JHPR), Vol. 01, No. 02 (2018): 32–43.
- Farahdel, Farnaz. "*Islamic Attributes and its Impact on Muslim Tourists 'Satisfaction : A Study of*", (2011).
- Fatmawati, Kalebos. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan*", Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 4, No. 3, (2016), 489-502.
- Fauzan, Muchamad. "*Selubung Historiografi Syekh Maulana Maghribi Wonobodro*", Jurnal Penelitian, Vol. 12, No. 2, (2015).

- Haryanto, Eko “*Analisis Motivasi Pendorong Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Yogyakarta*”, Jurnal Kepariwisata Vol. 13, No. 1, (2017), 15-30.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Cetakan kedelapan Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2016).
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Cet. Ketuj. Semarang: Badan Penerbit – Undip, (2013).
- Irda. “*Pengaruh Islamic Attributes terhadap Islamic Tourists Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang*”, Menara Ekonomi, ISSN: 2407-8565 Vol. V, No. 1, (2019): 20-29.
- Khuong, Mai Ngoc, Huynh Thi, and Thu Ha. “*The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists ’ Return Intention to Ho Chi Minh City , Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction*”, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 5, NO. 6, (2014).
- Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi. “*Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019*”, (2019).
- Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi. “*Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah*” (2020).
- Kurnia, Kamal Fahmi. “*Pengaturan Penyelenggaraan Kepariwisata Dalam Perspektif Negara Kesejahteraan*”, Vol. 4, No. 1, (2019).
- Mahardini, Indah Murni. “*Anjuran Berwisata Dalam Al Qur’an Dan Implikasi Wisata Ziarah Terhadap Pembenahan Akhlak Manusia*”, UIN Sunan Ampel, (2015).
- Mastercard and cressentating. “*Global Muslim Travel Index 2019*”, (2019).
- Mohamed A. Nassar, Mohamed M. Mostafa and Yvette Reisinger. “*Factors Influencing Travel to Islamic Destinations : An Empirical Analysis of Kuwaiti Nationals*”, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 9, Iss 1, (2015), <http://dx.doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2014-0088>.
- Mubarok, Ferry Khusnul, and Muhammad Khoirul Imam. “*Halal Industry in Indonesia ; Challenges and Opportunities*”, Journal of Digital Marketing and Halal Industry Vol. 2, No. 1, (2020): 55-64, <http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5283>.
- Muyassarrah. “*Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*”, Journal, Lpmp Imperium Uin, Febi Semarang, Walisongo Vol. 1, No. 3, (2019), <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i3.72>.
- N. Indriantoro dan Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*., Edisi Pert. yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, (2014).
- Preko, Alexander, Iddrisu Mohammed, and Theophilus Francis Gyepi-garbrah. “*Islamic Tourism : Travel Motivations , Satisfaction and Word of Mouth , Ghana Satisfaction*”,

- Journal of Islamic Marketing, (2020).
- Rahman El Junusi, SE., MM. “*Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syari’ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)*”, (2009).
- Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, (2007).
- Sayangbatti, Dilla Pratiyudha. “*Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu*”, Jurnal Nasionala Pariwisata Vol. 5, No. 2, (2013: 126-136.
- Singgih santoso dan Fandy Tjiptono. *Riset Pemasaran: Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, (2001).
- Siregar, Efni, Vivianti Novita, and Siti Arimbi. “*Push and Pull Motivations on Halal Tourism*”, Journal of Indonesia Tourism and Development Studies Vol. 8, No. 2, (2020).
- Siregar, Syofian. “*Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*”, Jakarta: Prenadamedia Group, (2015).
- Sugiono. *Metode Penelitian Manajemen*. Cet. Ketig. Bandung: Alfabeta, (2014).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, (2012).
- . *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, (2010).
- Suharsimi Arikunto. “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,.” Jakarta: PT. Rineka Cipta, (2006).
- Yoon, Yooshik, and Muzaffer Uysal. “*An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Model*”, Tourism Management (2005).

Lampiran 1: Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Yang terhormat:

Saudara/i Responden

Di Tempat

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, saya:

Nama : Sofiyul Islah Apriliani

NIM : 1705026040

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PUSH MOTIVATION, PULL MOTIVATION, DAN ISLAMIC ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI WISATA WONOBODRO”**. Sehubungan dengan hal itu, saya mohon bantuan dari Saudara/i meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini secara objektif sesuai kondisi yang sebenarnya. Data dari Saudara/i ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Semarang, Juni 2021

Hormat Saya,

Bagian 1

1. Nama :.....(boleh tidak diisi) :
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki
 - b. perempuan
3. Usia
 - a. <15 tahun
 - b. 15-25 tahun
 - c. 25-35 tahun
 - d. 35-45 tahun
 - e. 45-55 tahun
 - f. >55 tahun
4. Pendidikan Terakhir
 - a. Tidak Sekolah
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Akademi (I,II,III,IV)
 - e. Sarjana (1,2,3)
 - f. Lain-lain
5. Pekerjaan
 - a. Tidak bekerja
 - b. Pelajar/Mahasiswa
 - c. Wiraswasta
 - d. PNS
 - e. BUMN
 - f. Guru
 - d. Lain-lain

Bagian 2

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan pendapat Saudara/i pada pernyataan tersebut.

Tabel bobot Kuesioner Skala Likert

Bobot	Alternatif Jawaban	Keterangan
--------------	---------------------------	-------------------

1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

A. Variabel push motivation (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
Achievement (pencapaian)						
1	Setelah melakukan perjalanan ke wisata wonobodro, saya menceritakan kepada orang lain					
Exciting (kesenangan)						
2	Saya menemukan sensasi dan keseruan di wisata wonobodro					
3	Saya merasa terhibur dan senang datang ke wisata wonobodro					
Family togetherness (kebersamaan keluarga)						
4	Saya mengunjungi bersama keluarga ataupun teman di wisata wonobodro					
5	Saya merasa kebersamaan					

	bersama keluarga di wisata wonobodro					
Knowledge/education (pengetahuan dan pembelajaran)						
6	Berkunjung ke wisata wonobodro, saya dapat meningkatkan pengetahuan spiritual dan mempelajari sejarah wisata wonobodro					
7	Saya berkunjung ke wisata bersejarah yaitu wisata wonobodro					
Escape (rasa untuk membebaskan diri)						
8	Dengan berwisata ke wonobodro, saya dapat melepas lelah dari pekerjaan rumah					
9	Dengan berwisata ke wonobodro, saya dapat melepas lelah dari pekerjaan yang menyibukan					

B. Variabel Pull Motivation

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
<i>Natural scenery</i> (pemandangan alam)						
1	Saya menemukan					

	pemandangan yang luar biasa di wisata wonobodro					
2	Saya mengunjungi kawasan wisata pegunungan yaitu wisata wonobodro					
3	Saya mengunjungi kawasan yang nuansa alamnya masih terjaga					
<i>Cleanness & shopping</i> (kebersihan dan berbelanja)						
4	Saya menemukan tempat yang bersih di wisata wonobodro					
5	Saya menemukan fasilitas berbelanja di wisata wonobodro					
<i>Modern atmosphere</i> (atmosfer yang modern)						
6	Saya mendapatkan suasana yang eksotis di wisata wonobodro					
7	Saya mendapatkan cuaca yang mendukung di wisata wonobodro					
<i>Different culture</i> (perbedaan budaya)						
8	Saya menemukan keramahan masyarakat lokal di wisata wonobodro					
9	Saya menemukan perbedaan					

	budaya di wisata wonobodro					
10	Saya mendapatkan desa yang menarik yaitu desa wisata wonobodro					

C. Variabel Islamic Attributes

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
Worship facilities (fasilitas ibadah)						
1	Tersedianya masjid untuk beribadah di wisata wonobodro					
2	Adanya suara adzan yang dikumandangkan di wisata wonobodro menjelang waktu sholat					
3	Adanya fasilitas masjid seperti petunjuk sholat dan Alqur'an di tempat beribadah wisata wonobodro					
4	Adanya air bersih di toilet di wisata wonobodro					
Halalness (kehalalan)						
5	Tersedianya makanan halal atau jajanan halal di wisata wonobodro					
6	Adanya area beribadatan yang terpisah untuk wanita dan pria di wistaa wonobodro					

D. Variabel Kepuasan Wisatawan

No	Pernyataan	Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
1	Perjalanan ke wisata wonobodro membantu mengembangkan spiritual saya					
2	Setelah perjalanan wisata, saya berbagi pengalaman dengan orang lain					
3	Saya akan melakukan perjalanan kembali di wisata wonobodro					
4	Saya merasa puas dengan moral islam di wisata wonobodro					
5	Saya merasa puas dengan fasilitas yang ada di wisata wonobodro					
6	Saya menikmati perjalanan ke wisata wonobodro					
7	Perjalanan ke wisata wonobodro membuat saya senang atau bangga					

Big Thanks For You and Good Luck

Lampiran 2

Tabulasi Data Responden Variabel Push Motivation

Push Motivation									
No	x1b1	x1b2	x1b3	x1b4	x1b5	x1b6	x1b7	x1b8	x1b9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
5	4	3	3	5	5	5	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4
9	4	4	3	3	3	3	4	1	2
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3
11	5	5	5	5	4	5	5	4	4
12	5	4	5	5	5	4	5	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4
14	4	4	4	4	3	5	5	3	2
15	4	4	3	5	4	5	5	3	3
16	3	4	4	5	5	5	5	1	1
17	4	4	4	5	4	5	4	3	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	4	4	3	4	4	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	3	5	5	3	3	3	4	3
22	4	4	4	5	5	5	4	4	5
23	5	5	5	5	5	5	5	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	3	4	5	3	5	4	5	5
26	4	4	3	3	4	4	4	4	4
27	4	5	4	4	5	5	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	4	2	2
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	4	5	5	5
31	4	4	3	5	3	5	3	3	3
32	4	4	4	4	3	3	3	3	3
33	4	3	3	5	5	5	4	4	4
34	4	3	4	5	5	5	4	4	4
35	2	4	4	4	4	4	4	4	4

36	3	4	3	3	3	4	4	3	3
37	3	4	5	5	5	5	5	3	3
38	3	2	3	3	3	4	4	3	2
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5
40	3	4	4	4	4	5	5	4	4
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	3	3	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	4	5	5	4	4
45	5	5	5	5	5	4	5	3	4
46	3	4	4	4	3	5	5	3	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	5	4	4	4	2	3
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	5	4	4	4	4	4
51	3	2	4	4	4	4	4	3	3
52	3	5	5	5	5	5	5	3	3
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	5	5	5	5	5	4
55	3	4	4	5	4	5	4	4	4
56	4	4	4	5	4	5	5	5	5
57	4	5	5	5	5	5	5	4	3
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	4	3	3	3
60	4	4	5	5	4	5	4	4	4
61	4	4	3	4	4	4	4	3	4
62	4	4	5	4	4	5	4	4	4
63	4	4	4	5	5	4	4	5	5
64	5	5	4	5	5	3	3	5	5
65	3	4	5	5	5	5	4	3	3
66	5	4	5	5	5	3	4	5	5
67	5	4	5	5	5	4	4	5	5
68	4	4	5	4	4	5	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	3	3
70	4	4	3	3	4	4	4	2	3
71	4	4	4	4	4	4	4	3	3
72	4	4	5	5	4	5	5	5	5
73	5	4	5	5	5	4	3	5	5
74	5	4	4	4	5	4	5	5	5
75	4	3	5	5	5	4	3	5	5
76	5	4	4	4	5	5	5	4	4
77	4	4	4	4	4	4	5	5	4
78	4	4	5	4	5	4	4	4	4
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5
80	4	4	5	4	4	4	5	5	5
81	4	3	5	5	5	4	4	5	5
82	5	5	5	5	5	2	3	5	5
83	4	4	5	5	5	4	4	5	5

84	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	1	5	5	4	4	5	4	3	4
86	4	4	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	5	4	5	5	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	4	4	4
89	5	5	5	5	5	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	4	5	5	5	4	4	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	5	5	5	4	4	5	5
98	4	4	4	4	4	4	4	5	5
99	4	4	5	5	5	5	4	5	5
100	4	3	5	5	5	5	4	5	5

Tabulasi Data Responden Variabel Pull Motivation

Pull Motivation										
No	x2b1	x2b2	x2b3	x2b4	x2b5	x2b6	x2b7	x2b8	x2b9	x2b10
1	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4	5	2	4
5	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
8	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
9	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
10	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4
11	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5
12	4	5	5	4	3	5	4	5	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3
15	5	3	5	3	5	5	4	3	3	4
16	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3
17	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
23	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3

26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
27	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
28	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5
31	4	3	3	2	4	3	4	5	2	3
32	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
33	3	3	5	4	4	4	3	5	3	4
34	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
36	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
37	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
38	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
44	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
45	3	3	4	5	5	3	3	5	4	4
46	5	5	5	5	4	5	2	4	4	3
47	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
48	3	3	4	3	5	3	2	3	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
50	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
51	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
55	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
56	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
57	4	4	5	5	3	3	4	5	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
61	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4
62	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
63	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
64	5	5	5	1	3	3	3	5	3	5
65	4	4	5	5	3	3	3	4	3	4
66	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4
67	3	3	5	3	4	3	5	5	4	3
68	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4
69	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5
70	3	3	3	4	2	3	4	5	3	3
71	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
72	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3
73	3	3	5	4	5	3	5	5	3	3

74	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
75	3	3	4	4	5	3	5	5	4	3
76	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
77	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
79	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4
82	3	2	4	4	5	3	5	5	4	3
83	3	3	5	4	5	4	5	5	4	4
84	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
85	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
86	3	3	4	3	4	2	4	5	3	3
87	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
88	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
89	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
90	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3
95	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
99	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3
100	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3

Tabulasi Data Responden Variabel Islamic Attributes

Islamic Attributes						
No	x3b1	x3b2	x3b3	x3b4	x3b5	x3b6
1	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	4	5	5
12	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	2	4	5

16	5	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	5	4
18	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	3	4	4
20	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	4	5	4
23	5	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	3	5	5
26	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	4	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5
30	4	5	4	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5
32	4	5	5	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5
36	4	4	3	5	5	3
37	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5
48	4	4	4	4	5	4
49	5	5	5	5	4	5
50	5	5	5	5	5	4
51	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	4	5	4
56	5	5	5	5	5	5
57	5	5	4	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5
59	3	3	3	3	3	4
60	5	5	5	4	4	5
61	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4

64	5	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	4	5	5
70	5	5	5	4	3	5
71	5	5	4	4	4	5
72	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	4	5
85	5	5	5	5	4	4
86	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5
91	4	4	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	5	5
96	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	4	4	5

Tabulasi Data Responden Variabel Kepuasan Wisatawan

Kepuasan Wisatawan							
No	y1b1	y1b2	y1b3	y1b4	y1b5	y1b6	y1b7
1	5	4	5	5	3	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4

6	4	4	5	4	4	4	4
7	5	5	5	5	4	4	4
8	4	4	4	5	4	5	4
9	3	3	3	3	3	3	3
10	5	5	5	5	5	5	5
11	5	4	5	5	4	5	5
12	5	4	5	5	3	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	3	4	4	4	4	4
15	4	4	4	3	3	4	4
16	4	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	3	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5
19	3	2	4	3	3	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5
21	4	3	3	4	4	3	3
22	5	4	5	4	4	4	4
23	5	5	5	5	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	5	5	4	5	5
26	3	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	4	4	4	4
28	5	5	4	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	4
31	4	4	4	4	3	4	5
32	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	5	4	5	4	5
34	5	5	5	4	4	4	4
35	5	3	5	5	4	4	5
36	4	3	3	4	3	4	3
37	5	3	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	5	5	5	5	4
41	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	3	4	4
44	5	4	5	5	5	5	5
45	5	5	5	4	5	5	4
46	5	4	5	5	5	5	5
47	5	4	5	5	4	5	5
48	4	3	3	3	2	4	3
49	4	4	3	4	4	4	4
50	4	4	5	5	5	4	5
51	3	3	3	3	3	3	3
52	5	4	5	5	4	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5

54	5	5	5	5	5	5	4
55	4	3	4	5	3	4	4
56	5	4	5	5	4	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5
59	3	3	3	3	3	3	3
60	5	5	4	4	4	4	4
61	4	4	4	3	3	3	4
62	5	4	4	5	5	4	5
63	4	4	4	4	4	5	5
64	4	4	5	5	3	4	5
65	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5
67	4	5	5	5	5	5	5
68	5	4	5	5	5	4	4
69	5	4	4	5	5	5	5
70	3	3	3	5	2	4	3
71	4	4	4	4	4	4	4
72	5	4	5	5	5	5	4
73	4	5	5	5	5	5	5
74	4	4	5	5	5	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5
82	4	5	5	5	5	5	5
83	4	4	5	5	5	5	5
84	4	4	4	5	4	4	4
85	4	2	4	4	4	4	3
86	3	4	5	5	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	5	5	4	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5
99	5	4	5	5	5	5	5
100	4	4	5	5	4	4	4

Lampiran 3

Uji Validitas Reabilitas

Push Motivation (X1)

Correlations											
		x1b1	x1b2	x1b3	x1b4	x1b5	x1b6	x1b7	x1b8	x1b9	Push Motivation
x1b1	Pearson Correlation	1	.416"	.318"	.367"	.440"	.022	.201'	.378"	.380"	.599"
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.827	.045	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b2	Pearson Correlation	.416"	1	.496"	.378"	.457"	.258"	.444"	.220'	.287"	.632"
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.010	.000	.028	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b3	Pearson Correlation	.318"	.496"	1	.626"	.603"	.292"	.384"	.498"	.498"	.770"
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b4	Pearson Correlation	.367"	.378"	.626"	1	.657"	.412"	.286"	.417"	.414"	.733"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b5	Pearson Correlation	.440"	.457"	.603"	.657"	1	.321"	.334"	.460"	.472"	.773"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b6	Pearson Correlation	.022	.258"	.292"	.412"	.321"	1	.586"	.090	.111	.466"
	Sig. (2-tailed)	.827	.010	.003	.000	.001		.000	.371	.274	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b7	Pearson Correlation	.201'	.444"	.384"	.286"	.334"	.586"	1	.232'	.240'	.578"
	Sig. (2-tailed)	.045	.000	.000	.004	.001	.000		.020	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b8	Pearson Correlation	.378"	.220'	.498"	.417"	.460"	.090	.232'	1	.881"	.738"
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.000	.000	.371	.020		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1b9	Pearson Correlation	.380"	.287"	.498"	.414"	.472"	.111	.240'	.881"	1	.753"
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.274	.016	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Push Motivation	Pearson Correlation	.599"	.632"	.770"	.733"	.773"	.466"	.578"	.738"	.753"	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pull Motivation (X2)

Correlations

		x2b1	x2b2	x2b3	x2b4	x2b5	x2b6	x2b7	x2b8	x2b9	x2b10	Pull Motivation
x2b1	Pearson Correlation	1	.732"	.538"	.439"	.269"	.663"	.267"	.237"	.312"	.637"	.710"
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.000	.007	.018	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b2	Pearson Correlation	.732"	1	.527"	.459"	.213'	.656"	.235'	.292"	.460"	.614"	.729"
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.033	.000	.019	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b3	Pearson Correlation	.538"	.527"	1	.535"	.446"	.516"	.392"	.483"	.387"	.467"	.730"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b4	Pearson Correlation	.439"	.459"	.535"	1	.426"	.584"	.358"	.364"	.453"	.412"	.709"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b5	Pearson Correlation	.269"	.213'	.446"	.426"	1	.461"	.487"	.430"	.484"	.414"	.650"
	Sig. (2-tailed)	.007	.033	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b6	Pearson Correlation	.663"	.656"	.516"	.584"	.461"	1	.418"	.367"	.487"	.690"	.822"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b7	Pearson Correlation	.267"	.235'	.392"	.358"	.487"	.418"	1	.551"	.412"	.388"	.631"
	Sig. (2-tailed)	.007	.019	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b8	Pearson Correlation	.237"	.292"	.483"	.364"	.430"	.367"	.551"	1	.424"	.414"	.627"
	Sig. (2-tailed)	.018	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b9	Pearson Correlation	.312"	.460"	.387"	.453"	.484"	.487"	.412"	.424"	1	.627"	.722"
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b10	Pearson Correlation	.637"	.614"	.467"	.412"	.414"	.690"	.388"	.414"	.627"	1	.797"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pull Motivation	Pearson Correlation	.710"	.729"	.730"	.709"	.650"	.822"	.631"	.627"	.722"	.797"	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Islamic Attributes (X3)

Correlations

		x3b1	x3b2	x3b3	x3b4	x3b5	x3b6	Islamic Attributes
x3b1	Pearson Correlation	1	.842**	.785**	.406**	.548**	.649**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3b2	Pearson Correlation	.842**	1	.869**	.509**	.630**	.735**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3b3	Pearson Correlation	.785**	.869**	1	.455**	.578**	.725**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3b4	Pearson Correlation	.406**	.509**	.455**	1	.633**	.457**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3b5	Pearson Correlation	.548**	.630**	.578**	.633**	1	.501**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x3b6	Pearson Correlation	.649**	.735**	.725**	.457**	.501**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Islamic Attributes	Pearson Correlation	.830**	.908**	.874**	.737**	.797**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan Wisatawan (Y)

Correlations

		y1b1	y1b2	y1b3	y1b4	y1b5	y1b6	y1b7	Kepuasan Wisatawan
y1b1	Pearson Correlation	1	.663**	.677**	.610**	.641**	.696**	.630**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b2	Pearson Correlation	.663**	1	.663**	.553**	.678**	.680**	.658**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b3	Pearson Correlation	.677**	.663**	1	.736**	.692**	.718**	.744**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b4	Pearson Correlation	.610**	.553**	.736**	1	.665**	.796**	.731**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b5	Pearson Correlation	.641**	.678**	.692**	.665**	1	.717**	.695**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b6	Pearson Correlation	.696**	.680**	.718**	.796**	.717**	1	.798**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y1b7	Pearson Correlation	.630**	.658**	.744**	.731**	.695**	.798**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Wisatawan	Pearson Correlation	.817**	.824**	.871**	.844**	.859**	.898**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reabilitas

Push Motivation (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	9

Pull Motivation (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	10

Islamic Attributes

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	6

Kepuasan Wisatawan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	7

Lampiran 4

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Hasil Uji Normalitas

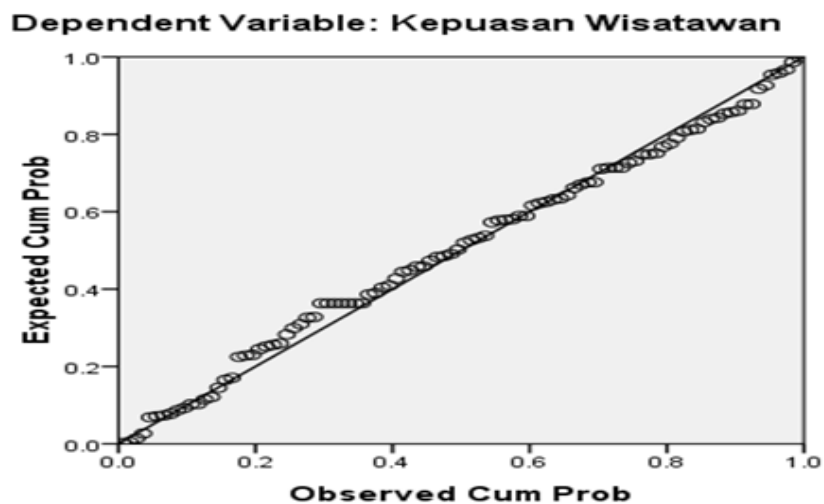
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26296438
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.048
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.711
Asymp. Sig. (2-tailed)		.693

a. Test distribution is Normal.

Grafik P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-10.300	2.976		-3.461	.001		
	Push Motivation	.141	.065	.156	2.163	.033	.594	1.684
	Pull Motivation	.299	.055	.391	5.411	.000	.587	1.704
	Islamic Attributes	.826	.125	.449	6.595	.000	.664	1.506

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

3. Heteroskedastisitas

Hasil Uji White

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.253	.230	7.46207

a. Predictors: (Constant), islamic attributes (X3), push motivation (X1), pull motivation (X2)

Lampiran 5

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.300	2.976		-3.461	.001
	push motivation	.141	.065	.156	2.163	.033
	pull motivation	.299	.055	.391	5.411	.000
	islamic attributes	.826	.125	.449	6.595	.000

a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.300	2.976		-3.461	.001
	push motivation	.141	.065	.156	2.163	.033
	pull motivation	.299	.055	.391	5.411	.000
	islamic attributes	.826	.125	.449	6.595	.000

a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Hasil Uji f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1212.460	3	404.153	76.529	.000 ^a
	Residual	506.980	96	5.281		
	Total	1719.440	99			

a. Predictors: (Constant), islamic attributes, push motivation, pull motivation

b. Dependent Variable: kepuasan wisatawan

Hasil Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.696	2.29805

a. Predictors: (Constant), islamic attributes, push motivation, pull motivation

Lampiran 6

Dokumentasi



Masjid Laki-Laki



Masjid Perempuan



Makam Syekh Maghribi



Makam Ki Ageng Pekalongan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP
IDENTITAS DIRI

Nama : Sofiyul Islah Apriliani
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 6 April 1999
Jenis Kelamin : Wanita
Agama : Islam
Alamat : Desa Kambangan RT 03 RW 04 Kecamatan Blado Kabupaten
Batang Provinsi Jawa tengah Kode Pos 51255
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
No.HP : 082316830264
Email : sofiislah06@gmail.com

PENDIDIKAN

1. TK (2003-2005) : RA Masyitoh Kambangan 01
2. SD (2005-2011) : SD N Kambangan 01
3. SMP/ Mts (20011-2014) : Mts Agung Alim Blado
4. SMA (2014-2017) : SMA N 1 Bandar
5. S1 (2017-2021) : Universitas Islam Negeri Walisongo

LATAR BELAKANG KELUARGA

1. Ayah : Suranto
Tempat, Tanggal Lahir : Batang 19 September 1967
Pekerjaan : Wiraswasta
2. Ibu : Nur Hidayah
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 06 Juni 1975
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

3. Kakak : Ahmad Khaerun
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 19 Oktober 1992
Pekerjaan : Guru

4. Adik : Istifada Maulida
Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 4 Januari 2014
Pekerjaan : Pelajar