

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG BERDASARKAN
KUALITAS PELAYANAN PADA OBJEK WISATA RELIGI
MAKAM SYEKH AHMAD BADAWI KETANGGUNGAN
BREBES**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Iis Khoerotunnisa

1901036148

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH

Nama Peserta Ujian	Iis Khoerotunnisa
NIM	1901036148
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes
Hari, Tanggal Ujian	Selasa, 20 Juni 2023
Waktu Ujian	08.00 – 12.00
Tempat Ujian	Ruang Sidang Utama FDK
Pembimbing	Fania Mutiara Savitri, M.M.
Ketua Sidang	Dedy Susanto, S. Sos.I, M.S.I.
Sekretaris Sidang	Fania Mutiara Savitri, MM.
Penguji I	Dr. Saerozi, S.Ag., M.pd.
Penguji II	Dr. H. Kasmuri, M. Ag.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN PADA OBJEK WISATA RELIGI MAKAM SYEKH AHMAD BADAWI KETANGGUNGAN BREBES¹

Oleh:
Iis Khoerotunnisa
1901036148

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 20 Juni 2023 dan
dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



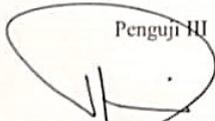
Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I.
NIP: 198105142007101001

Sekretaris/Penguji II



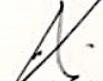
Fania Mutiara Savitri, MM.
NIP: 199005072019032011

Penguji III



Dr. Saerozi, S.A., M.Pd.
NIP: 197106051998031004

Penguji IV



Dr. H. Kasmuri, M.Ag.
NIP: 196608221994031003

Mengetahui,
Pembimbing



Fania Mutiara Savitri, M.M
NIP: 199005072019032011

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 27 Juni 2023



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP: 197204102001121003

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (Lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Iis Khoerotunnisa

NIM : 1901036148

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Manajemen Dakwah

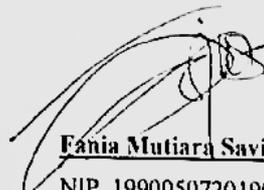
Judul : **Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes**

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Mei 2023

Pembimbing,



Fania Mutiara Savitri, M.M

NIP. 19900507201903201

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iis Khoerotunnisa

Nim : 1901036148

Jurusan : Manajemen Dakwah

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di lembaga perguruan tinggi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka

Semarang, 26 Maret 2023

Penulis



Iis Khoerotunnisa

1901036148

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan indahnya yang tak terhingga kepada penulis sehingga dapat menuntaskan tugas akhir ini dengan judul "**Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes**" dengan lancar. Tidak lupa, shalawat beriring salam senantiasa dilimpahkan kepada jendral kita dan sang pelupuk mata hati kita yakni *habibana wababiana* Nabi Muhammad SAW. Pengikut kami selalu mendapatkan syafaatnya sampai akhir. *Aamiin aamiin Yaa Rabbal 'Alamiin*.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentu memiliki banyak kekurangan dan kesulitan dalam melakukan penelitian. Meskipun demikian, berkat bantuan dari berbagai pihak, alhamdulillah penulis dapat menuntaskan tugas akhir ini. Karena hal tersebut penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang yang telah mengizinkan penulis menimba ilmu di kampus tercinta.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah mengizinkan penulis bergabung dan berkembang di fakultas tercinta.
3. Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungannya kepada penulis.
4. Ibu Fania Mutiara Savitri, M.M. Sebagai pembimbing sekaligus wali studi mulai dari semester 1 hingga penulisan skripsi ini, yang telah membimbing, memberi nasehat, kritik, saran dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

5. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmu baik langsung maupun tidak langsung bagi penulis.
6. Kedua orang tua tersayang, Bapak Budi Santoso dan Ibu Aeni Nadiroh. Terimakasih atas apa yang telah kalian berikan kepada penulis selama ini, baik berupa do'a, kasih sayang, motivasi dan didikan yang sangat berharga selama ini. Dan selalu menjadi penyemangat dalam membuat penelitian dengan baik.
7. Adik saya Muhammad Hikam Hadiwijaya tersayang terimakasih sudah menjadi penyemangat dan menjadi tujuan utama untuk segera menyelesaikan studi akhir.
8. Seluruh keluarga Bani Safrawi dan Bani Hadi yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis untuk menyelesaikan studi akhir.
9. Alm. K.H Ahmad Zaelani Imam dan Hj. Afidah Zaelani Imam selaku Guru dan Pengasuh Pondok Al-Hidayah Buntet Pesantren Cirebon. Yang selama ini menjadi *Role Model* dalam hidup penulis.
10. Bapak Hikam Selaku Pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi telah berbaik hati menerima dan memberikan ilmunya kepada penulis untuk menyelesaikan studi akhir.
11. Teman-teman seperjuangan MD-D19, yang selalu menemani penulis selama berkuliah di UIN Walisongo Semarang.
12. Teman-teman Kost Pojok elit Tanjungsari yang selalu menemani penulis di Kota Semarang, yang selalu sabar bertahan hidup di perantauan satu atap dengan penulis, tak lupa selalu mengajarkan kesabaran dan kedisiplinan terutama Rostika, Yuyun, Aenun, Rima, Reghifa, Muna dan Wulan.
13. Teman-teman KKN Mandiri Misi Khusus 34 Akbar, Sulis, Ishaq, Masiran, Umar, Tami, Shinta, Zulfa, Nabilatul, Nabila Farchah, Diky, Nafis, Qoyum dan Taufiq yang selalu menemaniku berjuang selama 45 hari dalam pengabdian di masyarakat.

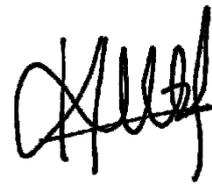
14. Keluarga besar UKM KORDAIS yang terhormat, sebagai wadah dalam mengembangkan bakat dan minat penulis dengan selalu mengajarkan kebaikan dan memberikan motivasi dan semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
15. Keluarga besar PMII Rayon Dakwah tercinta, yang sudah memberikan banyak sekali pengalaman bagi penulis dan menambah relasi penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
16. Keluarga besar HMJ MD tercinta yang telah memberikan banyak pengalaman selama penulis selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
17. Keluarga besar IMKS tercinta yang selalu membantu penulis menyelesaikan studinya, selalu berteman baik di Semarang.
18. Keluarga besar FORMASI BPC yang sudah membantu penulis dari awal mula menginjakkan kaki di Semarang dan selalu mengingatkan penulis akan susunan pondok ketika di Semarang.
19. Keluarga besar KPMDB Walisongo sebagaimana telah membantu penulis dalam menyusun skripsi dan memberikan wawasan bagi penulis tentang daerah Brebes.
20. Kakak tingkat Mba Bebe, Mba Ainul, Ka Ali, Mas Sodikin, Ka Alwi yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan tugas akhir dan selalu memberi saran serta nasehat kepada penulis dalam berbagai hal.
21. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, khususnya seluruh responden yang mengisi kuesioner penelitian, yang sangat membantu penulis dalam menyusun tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis sampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mengusahakan semaksimal mungkin. Tidak ada hal lain yang dapat penulis gunakan untuk membalas kebaikan-kebaikan tersebut, kecuali dia tertulis semoga bantuan yang diberikan menjadi suatu amal ibadah yang dibalas oleh Allah dengan yang jauh lebih baik. Penulis sadar bahwa saat menyusun skripsi ini terdapat banyak

kekurangan sehingga diharapkan terdapat kritik dan saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca yang lainnya.

Semarang, 19 Januari 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Iis Khoerotunnisa', written in a cursive style.

Iis Khoerotunnisa

1901036148

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Ya Allah, saya senang telah menyelesaikan karya ini dengan baik, sebagai penulis yang telah mendapatkan motivasi, semangat dan doa dari keluarga dan teman-teman sehingga dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik. Sudah barang tentu penulis memiliki banyak hambatan baik secara teknis maupun non teknis. Dengan penuh hormat dan kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Budi Santoso dan Ibu Aeni Nadiroh, yang selalu mencurahkan seluruh kasih sayangnya yang tiada terkira, dalam setiap doa yang dipanjatkan selalu tertuju pada kebahagiaan kami, serta seluruh perhatian dan dukungan yang tak dapat disebutkan satu persatu.
2. Adik saya Muhammad Hikam Hadiwijaya yang selalu menjadi motivasi saya untuk bangkit dan tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi.
3. Guru-guru penulis yang telah memberikan ilmunya dan tidak dapat disebutkan satu persatu.
4. Almamater tercinta dan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴾ (البقرة/2: 267)

Terjemah Kemenag 2019

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

(Al-Baqarah/2:267)

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Iis Khoerotunnisa, NIM: 1901036148, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul “**Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes**”

Dari adanya permasalahan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes tentang kualitas pelayanannya yang kurang disini juga terdapat beberapa permasalahan dari sisi masyarakat sekitar yang mana respon masyarakat sekitar juga sangat kurang terhadap Makam Syekh Ahmad Badawi dan bahkan bukan hanya respon masyarakatnya saja yang kurang respon Dinas Pariwisata Brebes juga sangat kurang, awalnya dinas pariwisata akan memberikan dana per enam bulan sekali untuk kelanjutan dan perkembangan wisata religi di Makam Syekh Ahmad Badawi ketanggungan Brebes. akan tetapi Dinas Pariwisata hanya memberikan satu kali dana untuk perkembangan makam, sampai sekarang dana tersebut tidak keluar dari Dinas Pariwisata Brebes untuk Makam Syekh Ahmad Badawi. bahkan untuk merenpoasi makam saja dana tersebut di keluarkan oleh pihak keluar beliau sendiri tanpa ada capur tanganya dari pemerintah dan warga sekitar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan juga faktor apa saja yang dapat menjadikan pengunjung merasa puas ketika berkunjung ke makam. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dan jumlah sampel yang didapatkan menggunakan rumus *Lemeshow* sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif survei dan analisisnya menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes kurang baik/kurang puas. Sedangkan untuk faktor yang dapat memberikan kepuasan pengunjung itu terdapat pada prioritas utama antara lain yang sangat diprioritaskan adalah dari segi fasilitas, kamar mandi dan pemberian informasi yang jelas, yang mana pada prioritas utama pengunjung sangat menginginkan faktor tersebut untuk ditingkatkan, karena ketika faktor tersebut baik maka pengunjung juga akan merasa puas ketika berkunjung.

Kata Kunci: *Kepuasan, Kualitas Pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy), Importance Performance Analysis.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transkrip Arab Latin disusun berdasarkan pada hasil keputusan yang diterapkan oleh Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Huruf-huruf Arab dan trs transliterasinya dengan huruf latin dapat dibedakan berdasarkan hal berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terdapat di awal kata dengan diikuti oleh vokal tanpa ada tanda, apabila terletak di akhir atau tengah maka ditulis dengan nada (').

B. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab tidak berbeda dengan Vocaloid bahasa Indonesia, hal itu disusun dari cicak tunggal atau monoftong dan Vocaloid rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap dalam bahasa Arab dilambangkan dengan gabungan harakat dan huruf yang menjadi satu, transliterasinya yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

1. كَتَبَ kataba
2. فَعَلَ fa`ala
3. سِئِلَ suila
4. كَيْفَ kaifa
5. حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau dapat disebut juga dengan vokal panjang dilambangkan dengan harakat dan huruf transliterasinya dengan huruf dan tanda yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ...ا...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ...ا...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

1. قَالَ qāla
2. رَمَى ramā
3. قِيلَ qīla
4. يَقُولُ yaqūlu

D. Kata Sandangan

Kata sandang dalam sistem penulisan Arab lambangnya berupa huruf yaitu ال, namun kata sandang dalam transliterasinya dibedakan sebagai berikut:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang tersebut terletak sebelum huruf syamsiyah sehingga transliterasinya sesuai dengan bunyi huruf tersebut, yaitu "l" diganti dengan huruf yang mengikuti kata sandang tersebut.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang tersebut terletak sebelum huruf qamariyah sehingga transliterasinya sesuai dengan aturan yang telah digariskan sesuai dengan bunyi huruf tersebut.

Baik saat kata sandang terletak setelah huruf qamariyah maupun syamsiyah tetap ditulis terpisah dengan kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

1. الرَّجُلُ ar-rajulu
2. الْقَلَمُ al-qalamu
3. الشَّمْسُ asy-syamsu
4. الْجَلَالُ al-jalālu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
BAB II	11
KERANGKA TEORI	11
A. Kualitas Pelayanan	11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2. <i>Service Quality</i> (Kualitas layanan).....	12
3. Dimensi Pelayanan	13
4. Pengukuran kualitas pelayanan	15
5. Fungsi dan Tujuan Pelayanan	18
6. Prinsip Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	18
7. Harapan pelanggan	25
8. Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan	27

B. Kepuasan	27
1. Pengertian Kepuasan	27
2. Model Kepuasan Pelanggan	29
3. Harapan dan Tujuan kepuasan pelanggan	33
4. Indikator Kepuasan	34
5. Strategi kepuasan pelanggan.....	35
C. Wisata religi	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
C. Definisi Operasional.....	39
D. Sumber dan Jenis Data	40
E. Populasi dan Sampel	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Teknis Analisi Data.....	43
I. Metode Analisis Data	44
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Deskripsi Data Penelitian	50
2. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
3. Deskripsi Responden	52
4. Pengujian Instrumen.....	54
B. Pembahasan.....	73
1. Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes	73
2. Faktor yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.	77
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR TABEL

Table 1. Responden Berdasarkan Usia.....	53
Table 2. Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Table 3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan	54
Table 4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	56
Table 5. Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	57
Table 6. Harapan responden terhadap Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	57
Table 7. Harapan responden terhadap Keandalan (<i>Reliability</i>)	58
Table 8. Harapan responden terhadap Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	59
Table 9. Harapan responden terhadap Jaminan (<i>Assurance</i>)	60
Table 10. Harapan responden terhadap Empati (<i>Empathy</i>)	60
Table 11. Kenyataan responden terhadap Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	61
Table 12. Kenyataan responden terhadap Keandalan (<i>Reliability</i>).....	62
Table 13. Kenyataan responden terhadap Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	63
Table 14. Kenyataan responden terhadap Jaminan (<i>Assurance</i>).....	64
Table 15. Kenyataan responden terhadap Empati (<i>Empathy</i>).....	65
Table 16 . Menghitung tingkat kesesuaian Per Item	66
Table 17. Hasil Perhitungan Diagram IPA pada Kuadran 1	69
Table 18. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 2	70
Table 19. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 3	71
Table 20. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 4.....	72
Table 21. Hasil Analisis Frekuensi Kinerja	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Kartesius.....	48
Gambar 2. Diagram Kartesius Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2. Responden Penelitian	92
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja	95
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Harapan.....	96
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja.....	97
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harapan	97
Lampiran 7. Hasil Analisis Frekuensi Variabel Kinerja	98
Lampiran 8. Hasil Analisis Frekuensi Variabel Harapan.....	99
Lampiran 9. Diagram Kartesius(<i>Importance Performance Analysis</i>).....	100
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	101
Lampiran 11. Wawancara Pra Riset / <i>Survey</i> dan Riset.....	104
Lampiran 12. Surat Permohonan Ijin Pra Riset	105
Lampiran 13. Surat Permohonan Ijin Riset	106
Lampiran 14. Surat Format Pergantian Judul	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritasnya beragama Islam, banyak sekali monumen dan tempat-tempat tertentu yang memiliki sejarah khusus bagi umat Islam. Salah satunya yaitu wisata religi, kunjungan wisata religi termasuk dalam jenis wisata yang dihitung menghasilkan devisa. Selain pariwisata, ekowisata, wisata perkotaan dan pedesaan serta wisata terpadu. Berdasarkan data riset pengembangan destinasi wisata prioritas oleh Kementerian Pariwisata, ditemukan bahwa wisata budaya menempati urutan pertama sebagai tujuan wisata di Indonesia, yakni mencapai 60 persen. Wisata budaya juga terbagi menjadi tiga jenis wisata, yaitu wisata studi, wisata desa-kota dan wisata religi. Ketertarikan pada destinasi religi menyumbang 20% dari total keseluruhan wisata budaya. Dengan demikian potensi wisata religi ini tentunya perlu dikembangkan dengan memprioritaskan kepuasan pengunjung yang pernah mengunjungi tempat wisata tersebut.¹

Dengan demikian kepuasan pengunjung sangat penting, karena dalam perkembangan industri pariwisata pengunjung yang puas atas apa yang mereka rasakan dari adanya pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan maka akan timbul citra positif dari makam. Pengunjung yang puas akan cenderung kembali mengunjungi tempat wisata atau bahkan merekomendasikan kepada pengunjung lain. Sebagaimana kepuasan merupakan prioritas utama dalam sebuah wisata baik itu wisata religi atau wisata umum.²

¹ Sari Narulita, Humaidi, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajdi, Umi Khumaeroh, Arip Suprasetio, Azry Arvah Hidayat, *Pariwisata Halal Potensi wisata religi di DKI Jakarta*, (Depok, Rajawali Pers, 2020), hlm. 5.

² Siti Nur Khoiria, Kasyful Anwar, *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Warung Steak On You Kota Baru Jambi*, Vol 1, No 2, *Transekonomika-Akuntansi Bisnis dan Keuangan*, 2021

Dari adanya informasi Kementerian Pariwisata tentang destinasi wisata, Brebes merupakan daerah yang menjadi tujuan wisata alam yang menyajikan panorama alam yang sangat bagus. Selain mempunyai tempat wisata alam, Brebes juga menyajikan destinasi wisata budaya, fasilitas rekreasi, *event* dan wisata religi. Tidak hanya itu saja, Brebes juga termasuk dalam daerah yang memiliki banyak sekali tokoh-tokoh alim dan walinya, baik yang masih hidup maupun yang telah meninggal. Daerah Brebes berdekatan dengan Cirebon sehingga sebagian besar tokoh-tokoh alim, seperti para habib dan bangsawan hampir keseluruhan dari kesultanan Cirebon. Hingga wali yang masih keturunan dengan Maulana Syarif Hidayatullah, sebagai salah satu wali yang asli Brebes ialah Almarhum Mbah Badawi. Maka dari itu makam beliau termasuk salah satu makan yang dijadikan sebagai tempat wisata religi. Sesuai dengan makam wali allah lainnya yang memiliki makna tersendiri bagi umat Islam, sebagai salah satu tempat peribadahan atau tempat bangun-bangunan kuno yang memiliki kelebihan baik dari sisi sejarah, mitos ataupun keunikan serta keunggulan arsitektur bangunannya.³

Salah satu wisata religi yang ada di Kabupaten Brebes adalah Makam Syekh Ahmad Badawi. Sebuah wisata religi makam yang menyediakan jasa pelayanan pariwisata bersejarah di Kabupaten Brebes. Banyak wisatawan lokal maupun luar daerah yang mendatangi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes ini karena memiliki nilai sejarah yang cukup tinggi dan juga menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan. Untuk itu, pemberian kualitas pelayanan yang baik harus pengelola lakukan agar tidak terjadi kesenjangan atau menimbulkan kekecewaan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, karena ketika pengelola memberikan kualitas yang tidak baik maka memberikan citra yang tidak baik juga terhadap wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Maka dari itu pengukuran terhadap kualitas pelayanan perlu dilakukan untuk mendapatkan peningkatan kualitas pelayanan dan evaluasi. Kualitas

³ Ulul Absor, Kompasiana. 2021 “*Tapak Tilas Mbah Badawi, ulama dan pejuang nyentrik asal Brebes* “, <https://www.kompasiana.com/ulil67052/60176a268ede4836b8353052/tapak-tilas-mbah-badawi-ulama-dan-pejuang-nyentrik-asal-brebes>, 31 Oktober 2022.

pelayanan menjadi suatu keharusan yang perlu dilakukan sebuah pengelola wisata agar mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pengunjung.⁴

Selanjutnya pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes proses penginputan data pengunjung masih ditulis secara manual pada buku kunjungan. Hal ini menyebabkan proses pencarian data maupun hasil persentase kunjungan memakan waktu yang lama karena prosesnya harus melihat, menghitung manual dari buku kunjungan. Maka dari itu, untuk memudahkan peneliti dalam menginput data penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* yang mana bertujuan untuk menghitung berapa responden yang akan diambil sebagai data responden. Pada penelitian ini, metode analisisnya menggunakan *Importance Performance Analysis* yang mana untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap pengunjung. Evaluasi untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap pengunjung ini terbagi dalam lima dimensi yaitu *tangible* (bukti fisik atau nyata), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian).⁵ Kemudian untuk mengetahui tentang kepuasan pengunjung, peneliti melakukan pra survei terlebih dahulu agar penelitian ini sesuai dengan gap yang ada di lapangan. Maka dari itu hasil pra survei yang telah peneliti lakukan kepada pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes adalah memperoleh hasil bahwasanya dari 6 responden masih ada pengunjung yang merasa kurang puas dari segi fasilitas dan kualitas pelayanan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Oleh karena itu, pengunjung belum merasa puas dengan adanya kualitas pelayanan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebe. Untuk itu, kepuasan pengunjung merupakan hal yang sangat penting diperhatikan pengelola karena kenyamanan adalah hal yang sangat penting bagi pengunjung ketika berkunjung kes suatu tempat wisata terutama wisata religi.

⁴ Rangga Maulana, Ilwan Syafrinal, Ridho taufiq subagio, Rinaldi adam, Abdun wijaya, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Menggunakan Metode *Service Performance* (Studi kasus: Taman Air Gua Sunyaragi)", Vol. 12. No. 2 *Jurnal Digital*, 2022

⁵ *Ibid.* hlm 45.

Dari adanya permasalahan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes tentang kualitas pelayanannya yang kurang, maka ini juga mempunyai permasalahan dari sisi masyarakat sekitar yang mana respon masyarakat sekitar juga sangat kurang terhadap Makam Syekh Ahmad Badawi dan bahkan bukan hanya respon masyarakatnya saja yang kurang respon Dinas Pariwisata Brebes juga sangat kurang, awalnya dinas pariwisata akan memberikan dana per enam bulan sekali untuk kelanjutan dan perkembangan wisata religi di Makam Syekh Ahmad Badawi ketanggungan Brebes. akan tetapi Dinas Pariwisata hanya memberikan satu kali dana untuk perkembangan makam, sampai sekarang dana tersebut tidak keluar dari Dinas Pariwisata Brebes untuk Makam Syekh Ahmad Badawi. bahkan untuk merenpoasi makam saja dana tersebut di keluarkan oleh pihak keluar beliau sendiri tanpa ada capur tanganya dari pemerintah dan warga sekitar.

Maka untuk menjadikan Makam Syekh Ahmad Badawi sebagai tempat destinasi wisata religi yang banyak dikunjungi wisatawan atau peziarah, pengelola harus berkolaborasi dengan pihak pemerintahan Kabupaten Brebes agar kualitas pelayanan yang ada di makam di tingkatkan kembali dari segi fasilitas dan peralatan yang belum memadai, karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik pengunjung akan merasa puas dan nyaman ketika berkunjung atau berziarah ke makam. Ketika pengunjung sudah merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan pengelola secara otomatis pengunjung juga akan berkunjung kembali ke makam tersebut.

Adapun hubungan antar penelitian ini dengan manajemen dakwah adalah sebagai salah satu lembaga dakwah yang membahas tentang wisata religi. Di dalamnya mengajarkan tentang sebuah perjalanan dan menumbuhkan rasa keislaman, menjadikan cerminan diri untuk selalu senantiasa menyebarkan agama Islam sesuai dengan apa yang disabdakan oleh Nabi Muhammad Saw. Seperti halnya dalam sebuah Hadits Abu Said Al Khudri R.A:⁶

⁶ Syahyuti “*Pengelolaan Wisata Religi untuk Pengembangan Dakwah (Studi Makam Tuan Guru Syekh Abdul Wahab Rokan Besilam)*” (Sumatra utara: UIN Sumatra utara, 2019), hlm.3.

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ
الْإِيمَانِ

Dari Abu Said Al Khudri R.A Berkata: Saya mendengarkan Rasulullah Saw bersabda: “Siapa yang melihat kemungkaran maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka rubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka dengan hatinya, dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman”

Berdasarkan hasil pra survei dan observasi langsung. Peneliti ini tertarik untuk meneliti tentang kepuasan pengunjung berdasarkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu perlu menganalisis lebih lanjut dengan menggunakan judul **“Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes?
2. Faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Badawi Ketanggungan Brebes.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian ini, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat bermanfaat dalam beberapa hal berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang kualitas pelayanan dan dapat dipakai sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh akademisi lainnya.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan jasa terutama dalam hal kualitas pelayanan dan fasilitas sehingga dapat memenuhi kepuasan pengunjung.
- 2) Bagi pemerintah Brebes, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan sehingga dapat membantu pemerintah menjadikan pariwisata sebagai alat promosi, sehingga mampu menarik wisatawan lokal bahkan mancanegara.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes sebelumnya penelitian ini belum pernah ada di prodi manajemen dakwah, namun demikian, terdapat penelitian-penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Jurnal Arif Dzulfikar, Siti Jahro, Mochammad Mukti Ali. dengan judul “*Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara di Masa Pandemi Covid-19 dengan Pendekatan Importance Performance Analysis*”.⁷ Tujuan dan kegunaan penelitian ini yaitu mengevaluasi kepuasan pembeli Jahe Sang Jawara dilihat dari pelayanan, promosi, harga dan produknya yang kemudian menerapkan strategi guna meningkatkan kepuasan pembeli. Metode dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan

⁷ Arif Dzulfikar, Siti Jahroh, Machammad Mukti Ali, “Stretegi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara di Masa Pandemi Covid-19 dengan pendekatan Importance Performance Analysis”, Vol.7 No 3, Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis 2021, hlm 681.

menggunakan kuesioner yang disebar dan wawancara mendalam pada responden yang memenuhi kriteria usia 20-60 tahun, terdapat 42 responden dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah perlunya perbaikan dari pihak perusahaan baik dari produk, variasi ukuran, dan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada objek penelitian, penelitian Arif Dzulfikar lebih kepada produk yang ditawarkan sedangkan penelitian yang dilakukan ke pelayanan yang diberikan oleh pengelola. Sementara persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama menganalisis menggunakan analisis *importance performance analysis*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian Arif Dzulfikar lebih kepada produk yang ditawarkan sedangkan penelitian yang dilakukan lebih ke pelayanan yang diberikan oleh pengelolah.

Kedua, skripsi oleh Jinayan pada dengan judul “*Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Topejawa di Kabupaten Takalar*”⁸. Tujuan dilakukannya penelitian ini guna mengetahui tingkat kepuasan pengunjung di Pantai Topejawa Takalar yang menjadi objek wisata. Penelitian ini berjenis deskriptif dengan metode survei. Subjek pada penelitian ini yaitu para wisatawan Pantai Topejawa dengan terdapat 40 sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa survey yang dilakukan dan melihat tingkat kepuasan para wisatawan masuk dalam kategori cukup puas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama meneliti kepuasan pengunjung suatu Objek. Meskipun demikian, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu objek yang berbeda. Dalam skripsi yang ditulis oleh

⁸ Jinayan, “*Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Topejawa di Kabupaten Takalar*” Universitas Negeri Makassar, 2019, hlm 3

Jinayan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang kepuasan pengunjung. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Dalam skripsi yang ditulis oleh Jinaya objek penelitiannya adalah wisata pantai/alam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah wisata religi.

*Ketiga, Skripsi Selly Novita dengan judul “Analisis Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar “.*⁹Tujuan penelitian ini yaitu guna membandingkan antara dimensi kualitas pelayanan berdasarkan harapan dan kenyataan. Populasi dalam penelitian ini yaitu Tempat Wisata Taman Rusa Aceh Besar. Metode yang digunakan yaitu sampling insidental dengan terdapat 97 responden. Metode servqual dengan pendekatan kuantitatif digunakan sebagai metode analisis. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat dimensi bukti fisik dan reliabilitas dengan nilai negatif (-) yang menyatakan kualitas pelayanan kurang baik, sedangkan keamanan dan empat terdalam nilai positif (+), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung sudah baik.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Selly Novita dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang kepuasan pengunjung dan analisis datanya sama menggunakan analisis *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan pembahasan penelitian. Dalam skripsi yang ditulis oleh Selly Novita objeknya di Wisata Taman Rusa Aceh Besar dan pembahasannya lebih ke kualitas pelayanan dengan menggunakan *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Keempat, Skripsi Titi Sulistiyawati dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk

⁹ Selly Novita, “Analisis Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar”, Universitas Islam Negeri Ar-raniry,2021, hlm. 1.

Betung)”.¹⁰ Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu guna menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas BNI Syariah KC Teluk Betung terhadap kepuasan nasabah. Metode yang digunakan yaitu Importance Performance Analysis (IPA). Guna mengetahui adanya pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam perspektif Islam. Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan data primer kuesioner dengan dibagikan nasabah secara langsung.

Menurut hasil kajian yang ditemukan tersebut bahwa bank memiliki ruang untuk perbaikan, namun pihak manajemen bank tidak melakukan sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah diantaranya seperti kecepatan pemberian layanan, pemberian fasilitas mesin ATM, dan lokasi kantor bank. Kualitas pelayan dalam perspektif agama Islam adalah menyadarkan bahwa aktivitas yang dilakukannya memiliki nilai pengajaran berupa moral yang selaras dengan syariat agama Islam. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis. Persamaannya dalam menggunakan metode analisis sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berbeda. Persamaan antara Skripsi Titi Sulistiyawati sama-sama kepuasan menggunakan metode *Importance performance Analysis (IPA)*. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitian terdahulu memilih objeknya yaitu Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung, sedangkan penelitian yang akan diteliti penulis sekarang objeknya yang diambil adalah Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

Kelima, Skripsi Mahrunnisa Gea dengan judul “*Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan Menggunakan Importance performance Analysis (IPA)*”.¹¹ Tujuan yang hendak dicapai dari

¹⁰ Titi Sulistiyawati, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Metode Importance performance Analysis (Studi pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung)” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021, hlm. 5.

¹¹ Mahrunnisa Gea, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan Importance Performance Analysis (IPA)”, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2020, hlm. 5.

penelitian ini yaitu guna mengetahui mengenai tingkat kebahagiaan berupa kepuasan layanan dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penelitian ini dilakukan dengan responden total terdapat 92 dan diolah menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kualitas pelayanan termasuk dalam kategori rendah dan perlu untuk tindakan perbaikan.

Penelitian ini juga mempunyai persamaan dan perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti yang akan dilakukan. Persamaan dengan penelitian yang ditulis oleh Mahrunnisa Gea sama-sama menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Perbedaanya yaitu terkait objek yang diambil penelitian terdahulu mengambil objek PT BNI Syariah Cabang Medan sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih objek Wisata Religi yaitu Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Ismail Nurdin mengartikan bahwa kualitas merupakan sesuatu keadaan yang dinamis dengan terhubung mengenai proses, manusia, jasa dan lingkungan yang sesuai dengan harapan maupun melebihi harapan tersebut.¹² Kemudian Ismail Nurdin mengatakan bahwa kualitas sebagai sebuah standar tertentu yang harus dicapai oleh entah itu seorang atau kelompok atau lembaga tertentu mengenai sumber daya manusia, proses kerjanya, dan output berupa barang atau jasa yang dihasilkannya. Kualitas menjadi sesuatu yang digunakan untuk memuaskan akan persyaratan yang ada sehingga masyarakat atau pelanggan sebagai yang dilayani merasa terpenuhi apa yang diinginkannya. Kualitas memiliki acuan yaitu pelayanan yang terbaik, meliputi cara atau sikap karyawan dalam usaha membuat pelanggan atau masyarakat merasa puas. Menurut Triguno dalam melakukan pelayanan/pengiriman terbaik harus meliputi: Pelayanan diusahakan cepat dan memuaskan, memiliki sopan santun, bersikap ramah dan membantu agar profesional dan berkompeten”.¹³

Menurut Heni Rohaeni dan Nisa Mawa, “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen pada tingkat keunggulan tersebut”.¹⁴ Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan

¹² Ismail Nurdin, *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparatur dan komunikasi Birokrasi dalam pelayanan publik)* (Surabaya: penerbit Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 15.

¹³ *Ibid*, hlm. 16.

¹⁴ Heni Rohaeni, Nisa Mawar, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung”, Vol.2 No.2, *Jurnal Ecodemice*, 2018, hlm. 314.

kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa, serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan konsumen.¹⁵

Dengan demikian, dapat diambil garis besar bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu upaya yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat atau konsumen, serta ketepatan dalam menyampaikan guna memenuhi harapan masyarakat atau konsumen. Kualitas pelayanan dapat dilihat dan diukur berdasarkan perbandingan persepsi konsumen pada pelayanan yang diterima dengan apa yang konsumen harapkan. Apabila jasa yang diperoleh dapat memenuhi harapan maka kualitas tersebut dapat dikatakan optimal, namun apabila pelayanan yang diperoleh lebih buruk dari yang diinginkan maka kualitas dapat dikatakan buruk.

2. *Service Quality* (Kualitas layanan)

Analisis kualitas pelayanan atau *service quality* adalah suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayan Menurut Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry adalah perbandingan antara Harapan (*importance*) dan Kinerja (*performance*) atau untuk mengukur seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan.¹⁶

Menurut Musahadi kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang secara akurat mewakili esensi kinerja pelayanan untuk perbandingan kehandalan (*excellence*) dalam suatu pertemuan pelayanan yang dilakukan.¹⁷ Kualitas layanan juga dapat dirasakan dengan adanya perbandingan persepsi masyarakat atau pelanggan terhadap layanan yang benar-benar diperolehnya atau digunakannya

¹⁵ *Ibid*, hlm. 314.

¹⁶ Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, "SERVQUAL; A Multiplen-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", Vol. 64 No. 1, Journal Of Marketing, 1988, hlm. 15.

¹⁷ Musahadi, Survey Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan IAIN Walisongo, Edisi 1 (Semarang, LP2M IAIN Walisongo, 2014), hlm. 12.

dengan apa yang menjadi harapannya. Apabila kenyataan lebih baik dari apa yang menjadi harapan maka hal itu dikategorikan memiliki kualitas tinggi, namun sebaliknya apabila kenyataan ternyata lebih buruk dari yang menjadi harapan maka pelayanan dikategorikan memiliki kualitas buruk, dan apabila sesuai dengan harapannya maka disebut memuaskan.¹⁸

Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan jenis penyedia layanan yang harus ditawarkan. Pada hakekatnya, kualitas pelayanan berfokus pada upaya dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan guna terjadinya ketepatan penyampaian untuk keseimbangan dengan apa yang diharapkan masyarakat atau pelanggan.¹⁹

3. Dimensi Pelayanan

Guna mengerti akan kepuasan pelanggan, dapat diketahui dengan melakukan survei pelanggan berdasarkan pada dimensi kualitas pelayanan yang memiliki keterkaitan dengan kebutuhan pelanggan atau masyarakat.²⁰ Menurut Hardiyansyah, dimensi kualitas berupa pelayanan yang ideal guna memenuhi kondisi sebagai berikut:²¹

- 1) Dimensi memiliki sifat satuan yang komprehensif, maknanya mampu dalam menjelaskan karakteristik secara keseluruhan, mengenai hal-hal yang berkaitan dengan persepsi pada kualitas dengan adanya perbedaan berdasarkan pada masing-masing dimensi yang menjadi usulan.
- 2) Model yang memiliki sifat universal, maknanya pada masing-masing dimensi memiliki sifat umum dan valid guna memaknai spectrum bidang jasa tersebut.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 13.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 14.

²⁰ Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, Edisi Revisi (yogyakarta: Penerbit GAVA MEDIA, 2018), hlm. 35.

²¹ *Ibid*, hlm. 40.

- 3) Dimensi pada tiap-tiap keadaan direkomendasikan untuk diharuskan independen.
- 4) Sebaiknya membatasi kuantitas atau jumlah dimensi yang ada.

Menurut Parasurman, bahwa terdapat lima dimensi yang dapat dijadikan penilaian kualitas mengenai jasa atau pelayanan, adalah sebagai berikut:²²

- 1) *Tangibles* (berwujud), berupa cerminan pada ruang fisik, alat-alat, personel, dan materi komunikasi.
- 2) *Reliability* (keterandalan), adalah kemampuan yang digunakan sebagai pemenuhan pelayanan yang menjadi perjanjian secara tepat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness* (keresponsifan), adalah kemampuan guna membantu dalam menyiapkan pelayanan yang sesuai.
- 4) *Assurance* (keyakinan), adalah pengetahuan dari sumber daya pengelola dalam menunjukkan kemampuannya untuk menerima kerahasiaan dan kepercayaan.
- 5) *Empathy* (empati), adalah bentuk perhatian seseorang yang dilakukan oleh perusahaan dan tertuju pada pelanggan.

Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan oleh beberapa sumber tersebut, terdapat 5 dimensi yang digunakan sebagai pengukur kualitas pelayanan, penelitian ini merumuskan dengan menjadikan satu pendapat, yaitu:²³ (1) meningkatkan fasilitas untuk perkembangan wisata religi, (2) menyediakan pelayanan yang baik di wisata religi yang bisa diandalkan oleh pengunjung, (3) memberikan respon terkait jaminan dan keamanan untuk pengunjung di suatu tempat wisata religi,

²² Parasuraman, Leonard L. Bery, Valerie Zeithaml. “*Understanding, Measuring, and Improving Service Quality Findings from a Multiphase Research Program*”, dalam Buku *Service Quality* (New York: Lexington Books, 1998), hlm. 25.

²³ *Ibid*, hlm. 21.

(4) memberikan keyakinan kepada pengunjung atas pengelolaan yang dikelola dengan baik, (5) memberikan rasa empati terhadap pelayanan.

4. Pengukuran kualitas pelayanan

Pengukuran kualitas pelayanan dalam model *servqual* didasarkan pada skala mukti item yang direncanakan untuk mengukur harapan dan persepsi peanggan, serta *gap* di antara keduanya pada lima dimensi utama kukitas pelayanan (*servqual*). Metode pengukuran nilai kualitas pelayanan dilakukan dengan membandingkan nilai-nilai dari atribut yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yang meruapakan selisih dari nilai persepsi pelanggan dan harapan pelanggan, sehingga diketahui atribut dari dimensi mana yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasrkan niali *gap* negative terbesar.

Dalam pengukuran kualitas pelayanan, terdapat beberapa langkah sehingga diketahui kepuasan pengunjung atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu penyedia layanan.

Langkah-langkah pengukuran kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Menentukan tujuan dilakukannya pengukuran kualitas pelayanan
tujuan dari pada dilakukannya pengukuran kualitas pelayanan adalah untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola.
- 2) Menentukan kebutuhan pelanggan dengan cara survey lapangan.
Dalam menentukan kebutuhan konsumen, salah cara yang dilakukan adalah survey lapangan dan sistem kotak saran. Dengan ini, pihak manajemen berusaha untuk mengetahui apa yang konsumen butuhkan, yang konsumen inginkan dan konsumen harapkan atas layanan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Survey lapangan dan sistem kotak saran ini berusaha meminta konsumen untuk menyampaikan harapannya mengenai kualitas produk (jasa/layanan) yang diberikan ke mereka. Survey lapangan

ini dengan cara wawancara baik dengan telepon maupun menyebar kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai kualitas pelayanan ataupun produk yang diberikan ke konsumen. Sistem kotak saran bertujuan untuk mendapatkan opini dan pendapat konsumen mengenai produk layanan yang ditawarkan, apa yang kurang dan apa yang ingin diperbaiki kualitasnya, sehingga kepuasan konsumen akan terpenuhi.

3) Mengidentifikasi dimensi dan atribut-atribut produk layanan.

Hasil dari survei lapangan dan sistem kotak saran, selanjutnya adalah mengidentifikasi dimensi atau atribut yang sesuai dengan produk layanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa layanan. Atribut-atribut yang terdapat pada produk layanan menggambarkan dan mewakili kualitas produk (jasa/layanan) yang dihasilkan oleh perusahaan/penyedia jasa (layanan). Berikut ini adalah contoh dimensi dan atribut yang terdapat pada jasa pelayanan counter HP. Terdapat lima dimensi, yaitu tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy.

4) Menyusun Kuesioner Pengukuran Kepuasan Konsumen

Setelah tersusun atribut masing-masing dimensi, selanjutnya dilakukan penyusunan instrument berupa kuesioner.

Kuesioner yang disebarkan kepada konsumen bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas jasa yang telah diberikan oleh perusahaan/penyedia jasa kepada konsumen. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen terdiri dari dua jenis yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Kuesioner tertutup berisi dimensi dan atribut-atribut yang disesuaikan dengan tujuan dan jenis layanan yang diberikan, untuk kuesioner terbuka berisi mengenai pertanyaan yang tidak terdapat pada kuesioner tertutup lebih kepada opini yang diberikan oleh konsumen.

5) Pengumpulan Data

Kuesioner yang telah disusun, kemudian disebarakan kepada konsumen. Sebelum disebarakan, hal yang dilakukan sebelumnya adalah menentukan sampling jumlah respondennya. Setelah itu kuesioner disebarakan kepada konsumen yang menjadi sampling dan responden. Kuesioner yang disebarakan terdiri dari kuesioner demografi berisi mengenai data identitas responden, kuesioner tingkat kepentingan sebagai pembobotan dan kuesioner tingkat kepuasan konsumen, berisi mengenai penilaian persepsi dan harapan konsumen.

6) Pengolahan Data

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, kemudian dilakukan rekap nilai yang telah diberikan oleh konsumen, setelah itu dilakukan uji validasi dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan perhitungan gap/kualitas layanan terbobot. Perhitungan gap didapatkan dari nilai harapan dikurangi oleh nilai persepsi dikalikan masing-masing rata-rata nilai kepentingan masing-masing atribut.

7) Analisa Data

Setelah dilakukan perhitungan untuk mengetahui nilai gap masing-masing atribut, langkah selanjutnya adalah melakukan analisa data. Analisa data dilakukan dengan mengambil nilai negatif tertinggi. Kemudian dilakukan analisa penyebab gap tersebut terjadi dengan menggunakan metoda root cause analysis (RCA), dan diagram sebab akibat. Sehingga akan dilakukan perbaikan sesuai dengan sebab akibat gap tersebut terjadi.

8) Simpulan

Setelah dilakukan analisa, kemudian ditarik simpulan.

5. Fungsi dan Tujuan Pelayanan

Fungsi kualitas layanan adalah menawarkan kepuasan sebesar mungkin kepada pengunjungnya. Setiap pengelola harus memiliki tugas untuk menjaga kepuasan sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi kualitas layanan adalah memberikan pengunjung rasa kesejahteraan dan kepuasan. Dengan demikian, pengunjung merasakan kebahagiaan saat mengunjungi tempat-tempat yang dikunjungi.

Kualitas pelayanan juga bisa menjadi sarana memperkuat hubungan internal antara pengelola dan pengunjung, saat suatu harapan dan kinerja terpenuhi. Agar pengunjung merasa nyaman dan puas selama berkunjung, tidak hanya itu saja penyedia layanan juga harus meningkatkan kepuasan pengunjung dengan berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah dan profesional, meskipun pengunjung tidak merasakan kualitas pelayanan yang diberikan, maka kita sebagai pengelola harus tetap menjaga kualitas pelayanan dengan baik. Kualitas pelayanan sangat penting untuk dipahami karena berdampak langsung pada citra perusahaan. Jika perusahaan menerima customer benefit yang positif, maka konsumen memberikan feedback yang baik dan dapat menjadi pelanggan tetap. Tentu saja, hal ini berdampak signifikan terhadap kelangsungan perusahaan.²⁴

6. Prinsip Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Pelayanan di dalam agama Islam memberikan contoh bahwasannya layanan berdasarkan usaha yang bukan dijalankan baik berupa jasa layanan maupun berupa produk barang yang baik atau

²⁴ Nanda, Komerce. 2021, "Kualitas Pelayanan adalah: Tujuan, Fungsi dan cara mengukur", <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah/>, 31 Oktober 2022

buruk, namun berdasarkan mutu yang dihasilkan kepada orang lain. Hal ini dijelaskan dalam Qur'an Surat Al-Baqarah: 267, sebagai berikut: ²⁵

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴾ (البقرة: ٢٦٧)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, infaqkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Dari ayat di atas menjelaskan bahwasanya kita sebagai umat manusia harus saling membantu satu sama lain dan melayani sesuatu dengan ikhlas karena kebaikan yang kita berikan kepada orang lain sangat amat bermanfaat untuk orang yang kita berikan sekaligus untuk amal bagi diri kita. Maka dari itu jika kita mempunyai sebuah usaha atau tempat yang kita kelolah bagi masyarakat, kita harus menghormati tamu kita sekaligus melayani tamu kita dengan sepenuh hati.

²⁵ Syarifudin M. Kasiman, Sugeng Nugroho Hadi, “Pengaruh Lima Dimensi Mutu Pelayanan Perspektif Islam terhadap Kepuasan Mitra pada KSPPS BMT Binamas”, Vol.19. No.1, Jurnal Ekonomi Islam, 2019, hlm. 78.

Konsep pelayanan dalam Islam memiliki 6 prinsip sebagai berikut:²⁶

1) Prinsip Tolong- Menolong (*Ta'awun*).

Qutub menjelaskan bahwa melakukan pelayanan terbaik kepada orang-orang disekitar adalah pekerjaan yang sangat mulia dan pintu kebaikan bagi semua. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat al-qur'an Surat Al-Maidah:2.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ
وَلَا آمِنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا^ط
وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا^ط
عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ ۚ (المائدة/٢:٢)

Terjemah Kemenag 2019

Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.

Diriwayatkan dalam HR. Muslim: “Orang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya” Makna hadits ini diibaratkan seorang mukmin membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan hartanya. Dan jadilah tangan kedua umat Islam dalam hal membantu orang yang membutuhkan. Oleh karena itu, setelah diajari tentang kebaikan, sudah menjadi kewajiban orang beriman untuk membantu arwah orang lain agar berbuat baik.

²⁶ Nurhadi, “Konsep Pelayanan Prespektif Ekonomi Syariah”, Vol 2. No 2, Jurnal Ekonomi dan Bisnis: *EkBs*, 2018, hlm. 144-147.

- 2) Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taisir*). Prinsip ini menyadarkan sifat orang yang tidak menggemari beban dengan memberikan batas-batas tertentu pada kemerdekaannya, sehingga Allah berfirman dengan menurunkan hukum Islam guna mendukung hukum Islam dan memastikan perintah yang dikenakan pada orang dapat dengan mudah dilaksanakan dan kesulitan dan keparahan yang berlebihan dalam masyarakat dapat dihilangkan dan mengambil keuntungan dari. staf untuk mengimplementasikannya. Menurut Khatimah, namun, ini tidak berarti bahwa hukum Islam sepenuhnya menghilangkan kesulitan yang mungkin dialami orang dalam hidupnya. Ketentuan hukum Islam diharapkan dapat meringankan penderitaan rakyat. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah: 185.²⁷

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ
 فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ
 ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا
 هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۝ (البقرة/185)

Terjemah Kemenag 2019

Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur. (Al-Baqarah/2:185)

Sebagaimana sebuah hadits dari Anas bin Malik Ra, Ia berkata: Rasulullah saw bersabda yang berbunyi: “permudahlah dan jangan mempersulit, berilah mereka kegembiraan dan jangan buat mereka lari”.

²⁷ *Ibid*, hlm. 144.

- 3) Prinsip persamaan (*Musawah*). Manusia tidak ada yang berbeda, asalnya sama yaitu bumi dan manusia, Adam yang dalam penciptaannya berasal dari tanah. Oleh sebab itu, antara individu satu dengan yang lain tidak ada keunggulan karena orang-orang memiliki asal mula sama satu dengan yang lain. Dalam agama Islam mendeklarasikan 2 jenis manusia: Yang pertama mereka yang melakukan perbuatan baik, taat kepada Allah SWT. Kedua, orang kafir yaitu orang-orang durhaka, sengsara yang dibenci oleh Allah.

Sebagaimana disebutkan dalam hadits, ketika Nabi, semoga Tuhan memberkatinya dan memberinya kedamaian, berkhotbah di Mekah pada Hari Kemenangan, Nabi bersabda: “Wahai manusia, sesungguhnya Allah sungguh-sungguh telah menghapus kesombongan jahiliyah dan mengagung-agungkan bapak merek, makam manusia terbagi menjadi dua golongan: golongan baik dan tidak baik, dan manusia adalah anak keturunan adam yang diciptakan dari tanah” (Tirmidzi). Oleh karenanya, tidak ada satupun manusia dari berbagai golongan untuk memiliki rasa sombong atas dirinya. Sebagaimana firman Allah yang tertera dalam Quran Surat Al-Hujurat:13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾ (الحجرات/١٣)

Terjemah Kemenag 2019

Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi

Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti. (Al-Hujurat/49:13)

- 4) Prinsip saling mencintai (*Mahabbah*), merupakan rasa mencintai saudara seperti halnya ketika mencintai diri sendiri, seseorang diberikan pelayanan pada pengunjung dengan memperlakukan pengunjung dengan baik selayaknya memperlakukan diri sendiri. Hal tersebut telah dipaparkan dalam Qur'an Surat Al-Imron: 112.

صُرِّبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيَّنَ مَا تَتَّبِعُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُ وَبَعْضٍ
 مِنَ اللَّهِ وَصُرِّبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ^ق ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ
 الْأَنْبِيَاءَ بَغَيْرِ حَقٍّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ^ق (آل عمران/3: ١١٢)

Terjemah Kemenag 2019

Mereka pasti mendapat murka dari Allah dan kesengsaraan ditimpakan kepada mereka. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas. (Ali 'Imran/3:112)

Selain itu, terdapat pula dalam sebuah hadits riwayat Anas bin Malik RA: “Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti ia mencintai dirinya sendiri (HR. Bukhari).

- 5) Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*), tertera dalam sebuah hadits riwayat Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwasanya Rasulullah bersabda: “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan” (Al-Badr). Dalam Al-Qur'an menjelaskan tentang sifat lemah lembut, QS. Ali Imran: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٣١﴾ (آل عمران/٣١)

Terjemah Kemenag 2019

Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal. (Ali 'Imran/3:159)

- 6) Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah), merupakan jalinan persaudaraan antar seagama dan persaudaraan yang terjalin tidak hanya karena agama. Hal tersebut dijelaskan dalam Qur'an Surat Al-Hujurat ayat:10.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾
الحجرات/١٠

Terjemah Kemenag 2019

Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati. (Al-Hujurat/49:10)

Disebutkan dalam hadits: “seorang muslim adalah saudara orang muslim lainnya.ia tidak boleh menzalimi dan tidak boleh membiarkan diganggu orang lain (bahkan ia wajib untuk menolongnya dan membelanya)”.

Menurut Nurhadi Islam menegaskan bahwa pelayanan merupakan salah satu yang memiliki itikad yang baik. Berikut ini pelayanan yang memiliki itikad yang baik menurut agama Islam, yaitu sebagai berikut:²⁸

- a. Pelayanan diberikan berdasarkan apa yang diharapkan pengunjung agar kepuasan akan terjadi secara maksimal.
- b. Terdapat suatu kesulitan saat memberikan layanan namun pengunjung tidak mengetahuinya.
- c. Terdapat kesalahan dalam memberikan pelayanan pengunjung menghindar untuk mengatakan pelayanan itu tidak memuaskan dan tidak ada pengelolaan yang ada.

7. Harapan pelanggan

Menurut Sulistiyowati harapan ya bila ia pelanggan dapat didefinisikan sebagai perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima pelanggan.²⁹ dengan demikian dapat diartikan bahwa harapan pelanggan merupakan nilai kegunaan yang diperkirakan dalam suatu layanan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan atau suatu kualitas pelayanan menurut parasuraman antara lain:³⁰

- a. *Personal Need*

Kebutuhan yang dirasakan mendasar bagi kesejahteraan seseorang sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologi.

- b. *Situasional factors*

Terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja yang berada diluar kendali penyedia layanan.

²⁸ *Ibid*, hlm. 147.

²⁹ Wiwik Sulistiyowati, Kualitas pelayanan: teori dan aplikasi (jawa timur,UMSIDA Press, 2018) hlm.32.

³⁰ *Ibid*, hlm 12.

c. *Perceived service alternatives*

Merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternative, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

d. *Enduring service intensifiers*

Faktor ini merupakan faktor yang stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa, faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofis pribadi seseorang tentang jasa, yaitu bagaimana ia ingin dilayani dengan baik dan pelayanan yang benar.

e. *Past experience*

Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu.

f. *Transitory service alternatives*

Merupakan faktor individual bersifat sementara yang meningkatkan pelanggan terhadap jasa. Misalnya jasa asuransi mobil pada kecelakaan, baik buruknya jasa terakhir yang digunakan dapat menjadikan acuan sebelumnya.

g. *Self perceived service role*

Adalah persepsi pelanggan terhadap sikap atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya.

h. *Explicit service promises*

Merupakan pernyataan perusahaan tentang jasanya kepada pelanggan. janji ini bias berupa iklan, personal selling dll.

i. *Implicit service promises*

Menyebut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan tentang jasa yang akan diberikan dan bagaimana cara penyampiaannya. Petunjuk yang diberikan meliputi harga (biaya) dan alat-alat pendukung jasa lainnya (*fasilitas dan service*).

j. *Worth of mouth*

Merupakan pernyataan yang disampaikan orang lain selain organisasi kepada pelanggan.

8. Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pelanggan dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan stimuli menjadi berarti dan merupakan gambaran secara koheren terhadap dunia sekelilingnya, selain itu persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai penilaian menyeluruh atas kenggulan suatu jasa, yang artinya pelanggan tidak mengevaluasi kualitas pelayanan semata-mata hanya berdasarkan kepada hasil akhir dari service tetapi mereka juga memperhatikan proses dari pelaksanaan service.³¹

Persepsi pelanggan timbul setelah pelanggan sudah merasakan sesuatu yang sudah diterima dan sudah mengambil suatu kesimpulan dalam pikirannya (sudah menilai sesuatu yang dialami). Persepsi pelanggan mencerminkan kinerja perusahaan penyedia jasa. Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. hal ini dapat terjadi karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan jasa yang diterimanya.

B. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Menurut Adhari, kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang (pelanggan) akibat membandingkan kinerja atau hasil produk dengan harapan. Jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan,

³¹ *Ibid*, hlm. 34.

maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya jika memenuhi harapan pelanggan/pengunjung, mereka akan merasa puas.³²

Kepuasan merupakan suatu bentuk rasa saat lemah melakukan perbandingan kinerja dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Ihsan, kepuasan yaitu rasa senang dan kecewa dalam diri seseorang saat membandingkan persepsi atau kesan antara kinerja dengan hasil produk.³³

Kepuasan pelanggan menurut Amran Syah yaitu rasa senang atau kecewa yang diberikan oleh seseorang yang muncul saat membandingkan suatu keanehan pada kegiatan yang diikutinya dengan yang lebih lemah dari harapan, sehingga saat berkunjung datang pelanggan akan merasa terpenuhi kepuasannya dan senang. Begitupun sebaliknya jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan merasa kecewa.³⁴

Menurut Ihsan bahwa kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan adalah hasil evaluasi yang menghasilkan "sama" atau "melampaui" dari apa yang telah diharapkan, sedangkan rasa tidak puas muncul saat hasil tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Perbandingan tersebut terjadi antara apa yang diharapkan dengan kinerja yang diperoleh konsumen sehingga menjadikan hasil lebih bahagia atau tidjs bahagia. Saat kinerja kurang dari apa yang menjadi harapan maka konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa.³⁵

Sebuah destinasi wisata mementingkan adanya rasa puas pengunjung akan melakukan usaha-usaha dalam membentuk kepuasan bagi pengunjung dengan tinggi. Meskipun demikian hal itu tidak

³² Iendy Zelviean Adhari, *Kepuasan & Pelanggan Pencapaian Brend Trust*, Edisi Pertama (Jawat Timur, CV Penerbit Qiara Media, 2020), hlm. 42.

³³ Dede Wildan Ihsan, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkung Garut, Jawa Barat", Institut Pertanian Bogor, 2005, hlm. 38.

³⁴ Arman Syah, *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hlm. 8.

³⁵ *Ibid*, hlm. 40.

menjadi tujuan akhir. Jika hal tersebut digunakan guna menumbuhkan kepuasan pengunjung dengan menurunkan tarif guna meningkatkan pelayanan, kemungkinan akan terjadi kerugian. Apabila pengelola sudah menumbuhkan ekspektasi terlalu tinggi, maka pengunjung akan merasa kecewa sendiri. Dalam hal ini, apabila pengelola memantapkan ekspektasi yang sangat tinggi, maka pengunjung wisata yang kurang puas bahkan kecewa. disamping hal itu, apabila menetapkan terlalu rendah akan mengakibatkan wisata tidak terlalu memiliki daya tarik.³⁶

2. Model Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan sisi psikologi, terdapat dua macam kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut.³⁷

1. Model Kognitif

Model kognitif merupakan penilaian pelanggan yang menjadikan perbedaan antara kombinasi dengan menjadikan ideal suatu individu dan persepsi mengenai kombinasi yang sebenarnya. Hal ini sama halnya dengan evaluasi yang menjadikan perbedaan pada dasar atau ketidaksesuaian antara yang aktual dan ideal. Apabila ideal hal ini sesuai dengan apa yang terjadi atau kenyataan, pelanggan akan sangat puas dengan layanan begitupun sebaliknya. Model ini menggunakan kepuasan pelanggan akan tercapai dengan dua jalan berikut: pertama, mengganti pengawasan perusahaan yang menjadikan kesesuaian dengan ideal. Kedua, meyakinkan pelanggan bilamana apa yang menjadi ideal saat ini tidak cocok dengan kenyataan.

³⁶ Faraz Sukma Halida, "Analisis Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kebun The Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes", IAIN Purwokerto, 2019, hlm. 1.

³⁷ Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket* (Malang: Media Nusa Creative, 2010), hlm. 20.

Didalam model kognitif terdapat beberapa hal yang sering dijumpai, yaitu:

a) *The Expectancy Disconfirmation Model* (Model ketidakpastian ekspektasi)

Berdasarkan model yang dikemukakan oleh Oliver, kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua variabel kognitif, yaitu harapan pra pembelian (*pre purchase expectations*) yaitu keyakinan tentang kinerja yang diharapkan dari suatu produk atau layanan, dan ketidakpastian, yaitu perbedaan antara harapan pra pembelian dan persepsi pernebeli.

Para ahli mengidentifikasi tiga pendekatan untuk membuat konsep harapan pra pembelian yaitu:

- 1) Kinerja rasional (*normatif performance*), yaitu penilaian normatif yang mencerminkan kinerja yang seharusnya diterima seseorang dari biaya dan usaha yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan suatu produk atau jasa.
- 2) Performa ideal (*Ideal performance*), yaitu tingkat kinerja optimal atau ideal yang diharapkan oleh konsumen.
- 3) Kinerja yang diharapkan (*Expected performance*), yaitu tingkat kinerja yang diharapkan atau paling diharapkan/diinginkan konsumen. Jenis ini paling sering digunakan dalam riset kepuasan/ ketidakpuasan pelanggan.

b) *Equity Theory* (Teori modal)

Berdasarkan teori ini, individu merasa puas dengan perbandingan antara harapan (hasil) dengan yang diperolehnya dibandingkan input persepsi yang adil dan *fair*. Hak tersebut sama halnya dengan kepuasan yang terjalin ketika pengunjung

merasa bahwa apa yang menjadi hasil terhadap input mereka sebanding dengan rasio yang dicapai orang lain.³⁸

c) *Attribution Theory* (Teori atribusi)

Dikembangkan dari karya Weiner, teori ini mengemukakan terdapat tiga dimensi yang menjadi sebab penentu keberhasilan akan suatu hasil, apakah hal tersebut memuaskan atau sebaliknya. Terdapat tiga dimensi dalam teori atribusi yaitu:

- 1) *Stabilitas* atau *Variabilitas*, faktor apa sajakah yang menjadi penyebab dalam jangka sementara atau selamanya?
- 2) *Locus of Causality* (sebab dan akibat) apakah yang menjadi penyebab adanya hubungan antara konsumen dengan pemasar? Pemasar atau disebut dengan Internal Attribution merupakan kaitan dengan kemampuan dengan usaha yang berlaku di pemasar. Sebaliknya, konsumen atau disebut dengan external attribution dihubungkan dengan berbagai hal yang menjadi penentu tahapan kesulitan tugas dan penentu keberhasilan atau keberuntungan.
- 3) *Controllability*, apakah penyebabnya berada di bawah kendali kehendak sendiri atau merupakan hambatan dari faktor eksternal yang tidak dapat diubah.

Apabila konsumen merasa bahwa kegagalan untuk memenuhi harapan mereka disebabkan oleh faktor stabil terkait dengan kunjungan mereka, mereka cenderung percaya bahwa mereka akan kembali di masa depan dan

³⁸ *Ibid*, hlm. 21.

kegagalan akan terulang kembali. Oleh sebab itu, seseorang cenderung untuk memutuskan tidak melakukan kunjungan lagi

2. *Model Afektif*

Model afektif menyatakan bahwasannya sebuah penilaian pelanggan terhadap jasa atau layanan maupun produk atau barang tidak didasarkan pada suatu pertimbangan rasional saja, namun juga mengenai kebutuhan, keinginan, dan pengalaman subjektif. Faktor terjadinya model afektif lebih menitikberatkan pada tingkatan aspirasi, sikap belajar (*learning behavior*), suasana hati, emosi, perasaan (*apresiasi, kepuasan, moderasi, dan lainnya*). Tujuan faktor ini adalah untuk dapat menjelaskan dan mengukur kepuasan selama periode waktu tertentu. Metode pengukuran kepuasan Pelanggan.

Menurut Meithiana Indrasari, terdapat beberapa metode yang dapat menjadi pengukur kepuasan, yaitu:³⁹

a) *Sistem keluhan dan saran*

Sesuatu yang berhadapan secara langsung dengan pelanggan menjadikan peluang guna pengajuan keluhan dan saran. Dengan hal ini, perusahaan diberikan informasi berupa ide-ide hebat dan dimungkinkannya akan ada interaksi dengan cepat mengenai keberadaan masalah baru.

b) *Ghost shopping*

Salah satu langkah yang dilakukan guna mendapatkan gambaran untuk kepuasan pelanggan yaitu dengan menjadikan beberapa pekerja sebagai konsumen yang potensial yang

³⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Edisi Pertama (Surabaya: Uintomo Press, 2019), hlm. 88-89.

memiliki peran dan sikap tertentu sehingga akan menemukan hal-hal yang menjadi penguat dan pelemahan produk perusahaan sehingga pesaing akan memperoleh merek dalam memberikan produk-produknya. Hak tersebut disebut dengan *ghots shopper* yang menjadi pengamat langkah-langkah penanganan keluhan-keluhan yang masuk.

c) *Lost customer analysis*

Perusahaan selayaknya penghubung dengan masyarakat yang telah tidak menggunakan barang atau jasanya lagi atau berpindah pada pemasar lain yang lebih memahami apa yang diinginkannya. Bukan hanya sebagai *exit interview* tetapi juga merupakan suatu hal yang perlu guna dijadikan pemantauan *customer loss rate* memperlihatkan kegagalan perusahaan dalam menjadikan pelanggan puas.

d) *Survei kepuasan pelanggan*

Secara umum hal ini sering kali dilakukan baik secara langsung maupun melalui media pos atau telepon. Perusahaan dan melakukan tanggapan atau *feedback* dapat berupa sinyal positif bahwa perusahaan memberikan suatu perhatian terhadap konsumennya.

3. Harapan dan Tujuan kepuasan pelanggan

Sulistiyowati menyatakan bahwa harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-jani perusahaan dan para pesaing.⁴⁰

Tujuan melakukan pengukuran kepuasan pelanggan menurut sulistiyowati adalah:

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 57.

1. Mengidentifikasi keperluan (requirement) pelanggan yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
2. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan terhadap organisasi lain baik pesaing langsung maupun tidak langsung.
4. Mengidentifikasi PFI (prioritas for improvement) melalui analisis *gap* antara skor tingkat kepentingan dan kepuasan.
5. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andalan dalam menentukan kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

4. Indikator Kepuasan

Kepuasan pengunjung memiliki dimensi dan indikator untuk mengukur secara universal. Adapun indikator kepuasan pengunjung/pelanggan menurut Indrasari sebagai berikut:⁴¹

1) Kesesuaian harapan

Merupakan kesesuaian kinerja suatu produk yang diharapkan dengan yang dirasakan pelanggan meliputi promosi, harga dan kualitas produk yang diberikan perusahaan.

2) Minat berkunjung kembali

Kesediaan pelanggan yang bersedia untuk berkunjung kembali.

3) Ketersediaan merekomendasikan

Pengunjung yang bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.

⁴¹ *Ibid*, hlm. 92.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa nya apabila seseorang pengunjung merasa puas berkunjung ke suatu tempat destinasi wisata, harus dilihat dari segi kualitasnya bagus atau tidak, kalo bagus secara otomatis orang yang sudah berkunjung akan senantiasa merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung juga.

5. Strategi kepuasan pelanggan

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menurut sulistiyowati:⁴²

1) *Relationship marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkesinambungan, tidak berakhir setelah pengelolaan selesai, atau dijalinnya suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan (*repeat business*). Salah satu cara untuk mengembangkan *relationship marketing* adalah dengan dibentuknya *customer database*, yaitu daftar nama pelanggan yang perlu dibangun hubungan jangka panjang.

2) *Superior customer service*

Strategi ini yaitu perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pada pesaingnya.

3) *Unconditional guarantees/extraordinary guarantees*

Strategi yang berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan, dan akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.

⁴² *Ibid*, hlm. 59.

C. Wisata religi

Menurut Maya Panorama, destinasi merupakan perwujudan ciptaan manusia, yang dapat berupa etika dan standar hidup, budaya dan sejarah suatu tempat atau situasi yang menarik wisatawan.⁴³ Meskipun pariwisata adalah perjalanan bersama untuk menambah pengetahuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pariwisata juga sering disebut dengan perjalanan, atau pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk kesenangan dan pengetahuan, yang berkaitan dengan kegiatan olahraga, Kesehatan, religi dan lain-lain untuk kebutuhan pariwisata.

Wisata religi merupakan bentuk wisata dengan kaitan hubungan yang erat berdasarkan aspek religius dan religius kemanusiaan, sehingga diartikan sebagai kegiatan berkunjung ke tempat-tempat yang mencari keuntungan. Keunggulan tersebut biasanya bersifat historis berupa legenda atau mitos yang terkait dengan tempat tersebut, serta keunikan arsitekturnya. Wisata religi juga identik dengan nilai dan tujuan para pelancong untuk mendapatkan keberkahan dan kearifan dalam kehidupannya. Melalui wisata religi, wisatawan dapat memperkaya pemahaman dan pengalaman religinya serta memperdalam kesadaran spiritualnya.⁴⁴

Oleh karena itu, wisata religi memiliki banyak peluang untuk menjadikan perjalanan sebagai kegiatan yang sangat melelahkan, sehingga seseorang yang berwisata mendapat perhatian khusus dari syariat Islam, dimudahkan untuk melakukan ritual keagamaan, seperti shalat. Adapun ritual keagamaan Subah, mengunjungi tempat-tempat menurut ajaran Islam juga layak disembah dan catatan tidak melakukan perbuatan maksiat. Berdasarkan keterangan diatas, ruang lingkup wisata religi meliputi tempat-tempat yang direkomendasikan dalam ajaran agama Islam. Tempat-tempat

⁴³ Maya Panorama, Analisis Potensi Wisata Religi Ki Merogan Palembang, Vol.4. No.1, I- Economice 2018, hlm. 18.

⁴⁴ Ophelia Firsty, Ida Ayu Suryasih, "Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi", Vol.7 No.1, Jurnal Destinasi Pariwisata, 2019, hlm. 37.

tersebut yang dapat dikunjungi adalah makam dari tokoh-tokoh berpengaruh dalam menjalankan misi keagamaan dengan menunjukkan apa yang benar bagi masyarakat dan peradaban maka makam tersebut adalah:⁴⁵

- a. Makam para Nabi, merupakan makam beliau yang semasa hidupnya menyeru pada kebaikan dengan perantara dalam menyampaikan pesan-pesan dan berjuang untuk umat manusia dari zaman jahiliyah atau kegelapan menuju zaman peradaban yang terang benderang.
- b. Makam para ulama (*ilmuan*), merupakan makam beliau yang selama ini menyampaikan ayat-ayat baik Qur'aniyyah maupun kauniyah. Dalam kehidupan sehari-hari nya menjadi teladan yang baik bagi umat.
- c. Para pahlawan (*syuhada*), merupakan makam beliau yang telah melakukan pengorbanan baik jiwa maupun raga dalam memperjuangkan kemerdekaan dan keadilan. Imam Al-Ghazali memaparkan dalam kitab *ihya Ulumuddin* mengenai bepergian yang dinilai sebagai ibadah selayaknya jihad pada jalan Allah, Haji dan Ziarah pada makam Nabi, sahabat dan tabi'in hingga para wali yang dalam hidupnya memperoleh keberkahan hingga kematian mereka.
- d. Masjid-masjid seperti Masjidil Haram, Masjid Al-Aqsha, dan lain sebagainya. Dalam perjalanan wisata menuju masjid, hal tersebut disebutkan dalam Al-Qur'an yang menjelaskan bahwa memakmurkan Masjid merupakan bentuk orang-orang yang beriman (Q.S 9:18) terdapat 9 jumlah kata memakmurkan digunakan. Ayat tersebut menunjukkan bahwa sebagai tidak tanggung-tanggung al-Qur'an dalam memerintahkan untuk membangun, memelihara shalat. Namun Rasulullah bersama dengan para sahabatnya setiap hari Sabtu melakukan kunjungan ke Masjid Quba Madinah, hal tersebut yang tertera di dalam hadis riwayat Imam Bukhari.

⁴⁵ Moch. Chotib, "Wisata Religi di Kabupaten Jember", Vol. 14 No. 2, FENOMENA 2015, hlm. 415.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah seperangkat kegiatan, aturan dan prosedur yang digunakan oleh seorang peneliti dalam bidang ilmiah. Metodologi penelitian adalah analisis teoritis dari suatu metode atau metode, sedangkan penelitian adalah proses sistematis untuk memperluas pengetahuan dan terorganisir untuk mempelajari suatu masalah yang memerlukan jawaban.⁴⁶

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai jenis penelitian kuantitatif. Pendekatannya yaitu menggunakan pendekatan deskriptif survei dimana penelitian ini dilakukan dengan sampel dari suatu populasi, dan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpulan data utama. Survei adalah salah satu pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan meneliti dan mengkaji gejala-gejala perilaku kelompok maupun individu. Pencarian data dapat dilakukan melalui kuesioner, observasi maupun dokumen.⁴⁷

B. Definisi Konseptual

Menurut Raharjo definisi konseptual adalah sebagai istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan abstrak suatu kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadikan pusat perhatian ilmu sosial.⁴⁸ Melalui konsep ini peneliti diharapkan dapat menyederhanakan pemikiran dengan menggunakan suatu istilah untuk beberapa kejadian yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Istilah tersebut digunakan untuk mewakili realitas yang kompleks. Konsep-konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Konsep yang diambil di dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, maka variabel yang diambil dalam penelitian ini adalah *Tangibility*,

⁴⁶ Yuli Nurkhasanah, Aplikasi Strategi Pembelajaran Muhadatsah Guna Meningkatkan Maharah Kalam Bagi Mahasiswa IAIN Walisongo (Semarang: LP2M, 2014), hlm.49.

⁴⁷ I Made Laut Mertha Jaya, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi Kedua (Yogyakarta: QUADRANT 2020), hlm. 12.

⁴⁸ M. Raharjo, Antara konsep proposisi, teori, variabel dan hipotesis dalam penelitian (2018)

Reliability, Responsiveness, Assertiveness dan Empathy yang mana dari lima dimensi tersebut menyebutkan tentang sebuah kualitas pelayanan.

2. Konsep selanjutnya yaitu kepuasan pengunjung yang mana pada konsep ini akan menjelaskan sikap pengunjung ketika berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

C. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan definisi variabel adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan

- a. Hasil dari adanya kepuasan pasti akan mendapatkan sebuah keputusan yang sesuai dengan keinginan pengunjung.
- b. Harapan dari adanya kepuasan yang diberikan pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi, agar makam tersebut banyak diminati oleh masyarakat/pengunjung.

2. Pelayanan

Konsep yang digunakan untuk mengukur kepentingan dan pencapaian Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes terhadap lima dimensi *Servqual* yaitu *Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assertiveness dan Empathy*. Indikator untuk masing-masing dimensi adalah sebagai berikut:⁴⁹

- a. *Tangibles* (bukti langsung), didalamnya mencakup fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi dan pegawai.
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara memuaskan dan tepat waktu.

⁴⁹ Rejwega Ruwananda K.P, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index), (Yogyakarta:Universitas Islam Indonesia, 2016), hlm.6-7.

- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni rasa ingin dari staff dalam membantu konsumen dalam memberikan pelayanan yang sungguh-sungguh.
- d. *Assurance* (jaminan) mencakup kemampuan, kesopanan dan kepercayaan dari staff, bebas dari resiko yang berbahaya atau rasa keragu-raguan.
- e. *Emphaty* (empati), mencakup kemudahan-kemudahan dalam melaksanakan komunikasi yang terjalin dengan baik dan memahami saat adanya kebutuhan dari para konsumen.

D. Sumber dan Jenis Data

a. Data primer

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi.⁵⁰ Data primer sebagai data yang utama diperoleh berdasarkan lapangan atau responden dengan membagikan daftar kuesioner.

b. Data sekunder

Data yang didapatkan dari catatan, buku dan majalah. Misalnya data ini bisa berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi.⁵¹

E. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan jumlah yang menyeluruh berdasarkan satuan atau individu berupa perorangan, lembaga, berbagai benda yang memiliki

⁵⁰ Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria R. I, Roushandy A. F, Dhika J.S, Nur Hikmatul. A, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 28.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 29.

karakteristik yang sama untuk diteliti.⁵² Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu para pengunjung makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, jumlah populasi tidak diketahui.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian yang berupa seluruh objek yang digunakan sebagai perwakilan populasi. Dalam hal sampelnya adalah responden yang pernah berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dari Februari – November 2022.⁵³

Metode *sampling* yang digunakan adalah menggunakan *accidental*, Metode *Accidental Sampling* adalah metodologi penelitian yang banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif. Metode *Accidental Sampling* ini dapat pula diartikan sebagai teknik menentukan sampel secara acak. Jadi siapapun yang ditemui. Sampel yang dipilih tanpa perencanaan sebelumnya inilah yang disebut sebagai sampel yang diambil berdasarkan kebutuhan.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan Rumus Lemeshow mengingat jumlah populasi yang tidak di ketahui.⁵⁴

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - p)}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

Z = Derajat Kepercayaan, nilai idealnya 95% = 1,960

P = Estimasi maksimal, nilai idealnya = 0,5

d = Deviasi, nilai idealnya 10% = 0,1

⁵² *Ibid*, hlm. 73.

⁵³ *Ibid*, hlm.74.

⁵⁴ Muhammad Fitriyadi, “Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Dari Hati Janji Jiwa di Kota Pontianak”, Vol.3 No.2, Jurnal Manajemen Dakwah, hlm. 31.

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat ketelitian responden 95% dan kesalahannya 5% sehingga jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,960^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,960^2 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \quad n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh sebesar 96,04 responden dan menjadi 100 responden saat dibulatkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan guna menemukan dan mengumpulkan informasi kuantitatif dari jawaban-jawaban, tergantung dengan ruang lingkup penelitiannya.⁵⁵ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan kepada responden.⁵⁶ Dalam hal ini, sebanyak 100 kuesioner yang disebarkan kepada para pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dengan waktu penyebaran dari februari - november 2022. Metode *sampling* yang digunakan adalah menggunakan *accidental*, Metode *Accidental Sampling* adalah metodologi penelitian yang banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif. Metode *Accidental Sampling* ini

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 90.

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 91.

dapat pula diartikan sebagai teknik menentukan sampel secara acak. Jadi siapapun yang ditemui. Sampel yang dipilih tanpa perencanaan sebelumnya inilah yang disebut sebagai sampel yang diambil berdasarkan kebutuhan.

G. Variabel Penelitian

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau munculnya. Dalam penelitian ini terdapat lima variabel bebas yang mencakup kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

H. Teknis Analisi Data

1) Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menunjukkan tingkatan kevalidan dan ketepatan dalam menggunakan instrumen dalam sebuah pengukuran. Uji validitas 100 responden digunakan untuk memvalidasi kuesioner sebagai instrumen penelitian.⁵⁷ Uji validitas dilakukan pada 100 responden awal untuk mengetahui validitas kuesioner sebagai instrumen penelitian.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 178.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan sebagai tingkatan konsistensi berdasarkan hasil pengukuran dengan menggunakan berulang kali.⁵⁸ Uji Reliabilitas pada 100 responden digunakan sebagai langkah awal guna mengetahui konsistensi yang diperoleh dari hasil pengukuran.

I. Metode Analisis Data

Teknik analisis merupakan cara untuk menganalisis data dengan tujuan mengolah data untuk menjawab rumusan masalah. Maka dari itu, untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi, perlu menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Importance performance Analysis (IPA) adalah salah satu metode dalam mengukur adanya gab atribut-atribut *quality* berdasarkan sudut pandang konsumen. Metode ini menunjukkan adanya kelebihan dibandingkan metode lainnya yaitu:

- 1) Dapat dilakukan dengan mudah guna mengetahui atribut jasa yang diperlukan, sehingga dapat dinaikkan maupun diturunkan menjadi kepuasan konsumen.
- 2) Hasil yang diperoleh relatif mudah diinterpretasikan.
- 3) Biaya relatif lebih murah.

Setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan *Importance Performance Analysis (IPA)* agar dapat diketahui tingkat kepuasan pengunjung dilihat dari faktor pelayanan pengunjung yang perlu untuk ditingkatkan.⁵⁹

⁵⁸ Arif Dzulfikar, dkk, "Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara Di Masa Pandemi COVID-19 dengan pendekatan Importance Performance Analysis", Vol. 7 No. 3, Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, 2021, hlm. 685.

⁵⁹ Ellen Grace Tangkere, Lorraine W. TH. Sondak, "Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon", Vol. 13 No.1, Agrisocioekonomi Unsrat, 2017, hlm. 38.

1) Menghitung Tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian merupakan hasil antara perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, yang kemudian digunakan sebagai penentu prioritas dalam meningkatkan kinerja masing-masing atribut.

Apabila semakin tinggi persentase yang terdapat pada tingkat kesesuaian, maka menunjukkan semakin tinggi pula rasa puas pengunjung pada atribut yang digunakan. Indeks kepuasan pengunjung adalah hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor harapan/kepentingan.

$$Tk = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TK = tingkat kesesuaian

Xi = Nilai kinerja konsumen

Yi = Nilai harapan konsumen

2) Menghitung Tingkat Kesesuaian Total (Tki) antara Kinerja (X) Harapan (Y)

$$Tki = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Total

$\sum Xi$ = Rata-Rata Kinerja

$\sum yi$ = Rata-Rata Harapan

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumusan tersebut, dapat diketahui bahwa rasa puas atau tidak pengunjung, dengan kekuatan adopsi sebagai berikut:

- a. Indeks kepuasan pengunjung yang menunjukkan kurang dari 100%, artinya pengunjung sangat puas dengan kualitas pelayanan yang ada dari objek wisata.
 - b. Indeks kepuasan pengunjung yang menunjukkan antara 76% sampai 100%, artinya pengunjung puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
 - c. Indeks kepuasan pengunjung yang menunjukkan antara 50% sampai 76%, artinya pengunjung cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
 - d. Indeks kepuasan pengunjung yang menunjukkan antara 40% sampai 55%, artinya pengunjung tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
 - e. Indeks kepuasan pengunjung yang menunjukkan dibawah 40%, artinya pengunjung tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
- 3) Menghitung skor rata-rata tingkat kinerja (X) dan harapan (Y)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

\bar{X} = Titik potong sumbu X

\bar{Y} = Titik potong sumbu Y

Nilai rata-rata ini merupakan titik tengah untuk membagi kuadran pada grafik *Importance Performance Analysis (IPA)*.

- 4) Menggambar grafik IPA (diagram kartesius) dengan nilai kinerja sebagai sumbu X horizontal dengan nilai tingkat kepentingan sumbu Y (vertikal). Pembagian kuadran pada grafik dilakukan dengan

menerapkan titik tolak (X,Y) dengan melalui dua garis yang berpotongan secara tegak lurus.

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \quad y = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan:

X = nilai rata-rata pada tingkat kinerja berdasarkan semua pernyataan

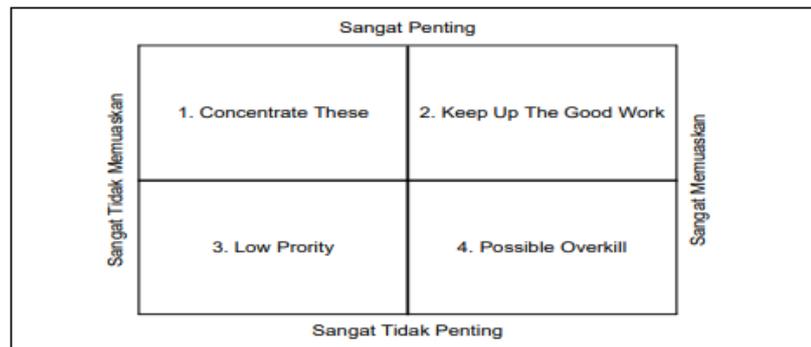
Y = nilai rata-rata pada tingkat kepentingan berdasarkan semua pernyataan.

Perhitungan menurut metode *Importance Performance Analysis (IPA)* diharapkan membantu pengelola untuk mengetahui hal-hal apa saja yang masih perlu diperbaiki untuk mencapai kepuasan pengunjung.⁶⁰

⁶⁰ Ismi Nabila, Dewi Ayu Sri Yadhari, Ida Ayu Listia Dewi, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali”, Vol. 11 No. 1, Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, 2022, hlm. 206.

Dalam metode IPA pemetaan dilaksanakan dalam empat kuadran pada semua variabel yang berpengaruh pada kualitas pelayanan. Pembagian tersebut yaitu:

Gambar 1. Diagram Kartesius



Selanjutnya memberikan penjelasan mengenai pembagian diagram kartesius atau analisis *importance performance analysis* sebagai berikut:⁶¹

1. Kuadran I Prioritas Utama (*Concentrate These*)

Kuadran I berisi berbagai faktor penting oleh pelanggan, namun berbagai faktor tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sehingga kepuasan tergolong rendah. Variabel yang terdapat dalam kuadran tingkat ini yang perlu diperbaiki yaitu.

2. Kuadran II Pertahanan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran II berisi faktor yang dirasa sangat penting untuk konsumen, dan kinerjanya baik.

3. Kuadran III Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Kuadran III berisi faktor yang dirasa kurang penting untuk konsumen, dan kinerjanya tidak baik. Variabel ini ditambahkan

⁶¹ Johan Oscar Oang, Jati Pambudi, "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratorium Cibitung PT Sucofindo (Persero)", Vol IX, No1, J@TIUndip, 2014, hlm. 6.

karena pertimbangan pengaruh pada nilai pelanggan yang sangat kecil.

4. Kuadran IV Berlebihan (*Possible Overkill*)

Kuadran IV berisi berbagai faktor yang kurang penting oleh klien sehingga terlalu dlebih-lebihkan. Variabel yang terdapat di dalam kuadran ini bisa dikurangi agar lebih hemat dalam berorganisasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Kajian ini secara singkat mencakup gambaran umum Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, survei responden dan analisis indeks tanggapan responden. Penelitian dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes pada Tanggal 03 Desember 2022 - 30 Januari 2023 dengan ketentuan pengunjung benar-benar sudah pernah berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dan telah menikmati fasilitas yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Tujuannya adalah untuk mendapatkan reaksi atau perasaan yang benar-benar dirasakan oleh pengunjung itu sendiri.

Dari adanya Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan menggunakan variabel kualitas pelayanan seperti: (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung. Data pengelolaan dalam penelitian ini menggunakan *Microsoft Office Excel* untuk mengolah data mentah yang didapat dari hasil Kuesioner yang sudah dibagikan.

2. Gambaran Umum Objek Penelitian

Makam Syekh Al-Badawi merupakan salah satu makam yang dijadikan sebagai tempat destinasi wisata religi karena termasuk makam tokoh Kyai yang menyebarkan Islam di Daerah Ketanggungan dan makam ini juga sering dikunjungi peziarah setiap malam jum'at kliwon, peziarah datang dari berbagai daerah seperti Cirebon, Tegal, Indramayu, Pemasang

dan Pekalongan. Peziarah biasanya tiba di makam sebelum jam 12 malam. Menurut peziarah, bahwasanya malam Jum'at kliwon adalah malam yang mulia sekaligus malam yang kental dengan mistik di kalangan masyarakat Jawa. Kata kliwonan sendiri berarti nama pasaran dalam penanggalan Jawa, dalam tradisi Jawa kliwon dikenal dengan konsep *lukat* dengan arti dihapuskan, dibatalkan, dilepaskan, dibersihkan, disucikan dari segala marabahaya sehingga memperoleh keselamatan.⁶²

Ada beberapa ritual yang dilakukan sebelum dimulainya ziarah, diantaranya para peziarah melakukan bersih diri dengan cara mandi di kolam yang berada di area makam bahkan ada pengunjung yang melemparkan uang koin ke dalam area makam untuk sebagai sedekah. Selain itu pengunjung juga mempercayai bahwa air kolam tersebut memiliki khasiat dan bisa mendatangkan keberkahan dan sebagai media penyembuh orang sakit.⁶³

Sebelum memulai ziarah biasanya para pengunjung akan sowan terlebih dahulu kepada *Kuncen* atau yang mengurus Makam Syekh Ahmad Badawi, ketika memasuki kawasan makam niat peziarah harus bersih, tulus dan ikhlas terlebih yang diziarahi adalah makam *waliyullah*. Kemudian para peziarah masuk ke makam dengan mengucapkan *Assalamualaikum ya ahlil kubur* dan duduk dengan rapih sesuai dengan kelompok ziarahnya. Biasanya pengunjung yang awal datangannya kan duduk dan bisa masuk ke dekat area Makam Syekh Ahmad Badawi, karena dalam keseharian makam mbah badawi selalu di tutup oleh kain dan hanya di malam Jum'at kliwon saja kain yang menutupi makam selalu dibuka.

Para peziarah biasanya ketika ziarah selalu membaca yasin dan tahlil bersama yang dipimpin oleh ketua kelompoknya masing-masing atau

⁶² Akhmad Saikuddin, "Tradisi Ziarah Kubur Syekh Al-Badawi dan Penguat Otoritas Keagamaan di Desa Dukuh Tengah Brebes Perspektif Sakralitas Emile Durkheim", Vol 2, No 1, An-Natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner Tahun, 2022, hlm. 88-89.

⁶³ *Ibid*, hlm. 89.

imam yang ditunjuk. Imam yang memimpin ziarah biasanya adalah orang yang dianggap alim dalam ilmu agama bisa seorang kyai atau ustadz.⁶⁴

Maka dari situ Makam Syekh Ahmad Badawi dikategorikan sebagai tempat wisata religi karena dari segi perjalanan semasa hidupnya beliau sebagai tokoh kyai yang mempunyai *Karomah* dan sebagai tokoh penyebaran agama Islam di wilayah ketanggungan, maka dari situ makam beliau sering dikunjungi banyak peziarah. Hingga saat ini area Makam Syekh Ahmad Badawi terus dibenahi, sehingga suda ada beberapa fasilitas pendukung untuk memberikan rasa nyama peziarah atau pengunjung.

Adapun fasilitas yang ada, antara lain dua pintu masuk yang satu masuk yang dari area masjid badawi dan yang satu laginya di dekat lahan parkir, tempat untuk administrasi pengunjung sekaligus tempat istirahatn pengelola makam, tempat duduk untuk tahlil dan peristirahatan untuk peziarah yang menginap, akan tetapi tempat peristirahatan masih belum maksimal karena masih setengah proses. Kemudian tempat wudu yang masih kurang, kamar mandi yang masih minim, sumur, lahar parkir yang luas dan halaman yang luas.

Gambaran umum responden sendiri dilihat dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. data mengenai identitas responden menggambarkan keadaan diri dari responden itu sendiri. Gambaran umum yang diperoleh mengenai responden berdasarkan usia dan pekerjaan.

3. Deskripsi Responden

a. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data dari 100 responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes ditemukan bahwa keadaan responden terbagi menjadi dua jenis, yaitu usia dan pekerjaan responden.

⁶⁴ *Ibid*, hlm. 90.

Pengklasifikasian responden penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara jelas gambaran responden sebagai objek penelitian.

Table 1. Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase (%)
<17	2	2%
17-20	18	18%
21-25	57	57%
26-30	13	13%
>30	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data responden 2023

Dari tabel di atas menunjukkan 100 responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dengan rentan usia <17 tahun terdapat 2 orang dengan persentase 2% sedangkan usia 17-25 tahun terdapat 18 orang dengan persentase 18% kemudian yang usia 21-25 tahun sebanyak 57 orang dengan persentase sebanyak 57% dan usia 26-30 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 13%, sedangkan untuk pengunjung dengan usia >30 tahun ke atas sebanyak 10 orang dengan persentase 10%.

b. Gambaran Umum Respon Berdasarkan Pekerjaan

Responden pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes berdasarkan pekerjaannya dapat dilihat dari data pada table berikut:

Table 2. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	0	0%
Pegawai swasta	6	6%
TNI/POLRI	0	0%
Wiraswasta	14	14%
Petani/Buruh	3	3%
Pelajar/Mahasiswa	56	56%
Lainya	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data responden 2023

Dari tabel di atas menunjukkan 100 responden yang berkunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes kebanyakan dengan kategori pekerjaanya yaitu, pegawai swasta 6 orang dengan persentase 6%, wiraswasta 14 orang dengan persentase 14%, petani/buruh 3 orang dengan persentase 3%, pelajar/mahasiswa 56 dengan persentase 56% dan Latinnya sebanyak 21 orang dengan persentase 21%.

4. Pengujian Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan kemampuan kuesioner untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Metode uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Nilai **r tabel** diperoleh dari distribusi nilai **rtabel**. Pada uji validitas diketahui bahwa tingkat signifikansi untuk dua arah $dr = (N-2)$ adalah 0.1 dengan responden 100. Maka besaran **rtabel** yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0.1654. Setiap item dapat dikatakan valid apabila **r hitung** lebih besar **rtabel**. Adapun uji validitas data adalah:

Table 3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Harapan (Y)				Kenyataan (X)			
	Indikator	Rtabel	Rhitung	Ket	Indikator	Rtabel	Rhitung	Ket
<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	T1	0.1654	0.829	Valid	T1	0.1654	0.826	Valid
	T2	0.1654	0.849	Valid	T2	0.1654	0.848	Valid
	T3	0.1654	0.839	Valid	T3	0.1654	0.865	Valid
	T4	0.1654	0.895	Valid	T4	0.1654	0.859	Valid
	T5	0.1654	0.894	Valid	T5	0.1654	0.849	Valid
	T6	0.1654	0.907	Valid	T6	0.1654	0.874	Valid
	T7	0.1654	0.926	Valid	T7	0.1654	0.84	Valid
	T8	0.1654	0.924	Valid	T8	0.1654	0.871	Valid
<i>Reliability</i> (Keandalan)	RL1	0.1654	0.899	Valid	RL1	0.1654	0.895	Valid
	RL2	0.1654	0.881	Valid	RL2	0.1654	0.845	Valid
	RL3	0.1654	0.91	Valid	RL3	0.1654	0.882	Valid
	RL4	0.1654	0.864	Valid	RL4	0.1654	0.798	Valid

<i>Responsiveness</i> (Daya tangkap)	RP1	0.1654	0.899	Valid	RP1	0.1654	0.875	Valid
	RP2	0.1654	0.903	Valid	RP2	0.1654	0.856	Valid
	RP3	0.1654	0.886	Valid	RP3	0.1654	0.873	Valid
	RP4	0.1654	0.893	Valid	RP4	0.1654	0.883	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)	A1	0.1654	0.884	Valid	A1	0.1654	0.859	Valid
	A2	0.1654	0.892	Valid	A2	0.1654	0.887	Valid
	A3	0.1654	0.861	Valid	A3	0.1654	0.738	Valid
	A4	0.1654	0.853	Valid	A4	0.1654	0.752	Valid
<i>Empaty</i> (Empati)	E1	0.1654	0.893	Valid	E1	0.1654	0.836	Valid
	E2	0.1654	0.912	Valid	E2	0.1654	0.775	Valid
	E3	0.1654	0.867	Valid	E3	0.1654	0.821	Valid
	E4	0.1654	0.896	Valid	E4	0.1654	0.807	Valid

Sumber: Data uji validitas 2023

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa **t hitung** lebih besar dari **r tabel**. Dengan demikian, dapat dinyatakan setiap item pernyataan dalam variable kualitas pelayanan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes adalah valid. Karena koefisien korelasi melebihi nilai kritis korelasi *product moment* yaitu 0.1654 sehingga semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Artinya semua variabel yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap survei yang diberikan. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Kuesioner yang andal atau dapat dipercaya adalah ketika respons seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban yang diafirmasi oleh responden dikatakan reliabel apabila setiap pernyataan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak sedemikian rupa sehingga setiap pernyataan berusaha mengukur hal yang sama. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan one time atau one time measurement dimana pengukuran dilakukan hanya

sekali atau hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau dengan mengukur korelasi antar jawaban pernyataan.

Dasar pengambilan uji reliabilitas *cronbach alpha* Menurut Wiratna Sujarweni (2004), kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Hasil pengujian instrumen penelitian terhadap *reliability item-total statistics* terhadap 100 responden. *Output* hasil dari uji reliabilitas variabel fasilitas pelayanan makam dapat dikatakan nilai *corrected item- total correlation* masing-masing variabel pada tabel berikut.

Table 4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Koef. Validitas		Niali Kritis	Keterangan	
	Harapan	Kenyataan		Harapan	Kenyataan
<i>Tangibles</i>	0.969	0.964	0,6	Reliabel	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.938	0.907	0,6	Reliabel	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.947	0.937	0,6	Reliabel	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.929	0.879	0,6	Reliabel	Reliabel
<i>Empaty</i>	0.952	0.914	0,6	Reliabel	Reliabel

Sumber: Data uji reliabilitas 2023

Hasil perhitungan uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS ditunjukkan dengan *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil ini dikatakan reliabel karena nilai koefisien validitas harapan dan kinerja > dari nilai kritis yang ditentukan.

5. Hasil Analisis Data

a. Analisis Frekuensi Jawaban Responden Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

Kuesioner dibagikan kepada 100 responden dan dianalisis untuk mengetahui jumlah tanggapan (frekuensi). Dari 24 indikator dan 5 variabel tersebut menghasilkan skor rata-rata (mean) untuk masing-masing variabel, yang dapat diinterpretasikan berdasarkan lama kelas

(Sudjana, 2005). Interpretasi rata-rata jawaban responden ditunjukkan pada Tabel 6 berikut ini:

Table 5. Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Puas / Sangat Tidak Penting
1,80 – 2,59	Tidak Puas / Tidak Penting
2,60 – 3,39	Kurang Puas / Kurang Penting
3,40 – 4,19	Puas / Penting
4,20 – 5,00	Sangat Puas / Sangat Penting

Sumber: Sudjana 2005

Untuk memperjelas hasil pernyataan responden pada setiap indikator, digunakan kriteria untuk menilai frekuensi pernyataan responden sebagai berikut:

Table 6. Harapan responden terhadap Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Rat a-rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Ruang tunggu dan Ruang pendaftaran yang nyaman	2	8	34	24	32	3.76
2	Ruang Peristirahatan yang nyaman	4	10	30	18	38	3.76
3	Peralatan makam yang lengkap	4	15	30	22	29	3.57
4	Informasi pendaftaran yang jelas	6	10	28	26	30	3.64
5	Kamar mandi yang bersih dan wangi	3	9	36	16	36	3.73
6	Tempat parkir yang aman	2	15	29	17	37	3.72
7	Pengelola berpenampilan rapi dan sopan	4	11	34	17	34	3.66
8	Akses masjid yang mudah di sekitar makam	4	10	30	18	38	3.76

	Total	29	88	25 1	15 8	27 4	3.68
	Rata-Rata <i>Tangibles</i>						

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Berdasarkan tabel yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Penting. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *tangibles* yaitu 3.68, sedangkan nilai paling tinggi dengan pernyataan adanya ruang tunggu, ruang pendaftaran dan ruang peristirahatan yang nyaman dan akses ke masjid yang mudah dengan pencapaian 3.760 dan nilai terendahnya dengan pernyataan peralatan makan yang kurang dengan pencapaian 3.570.

Table 7. Harapan responden terhadap Keandalan (*Reliability*)

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Rat a- rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Prosedur pendataan pengunjung yang jelas	4	14	32	19	31	3.59
2	Proses pemeriksaan yang cepat	2	12	35	24	27	3.62
3	Penempatan kotak amal yang mudah	2	10	32	23	33	3.75
4	Pengelola tidak membeda-bedakan pengunjung	4	10	30	19	37	3.75
	Total	12	46	129	85	12 8	3.67
	Rata-Rata <i>Reliability</i>						

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Dari hasil tabel di atas yang telah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Penting. Hal ini dapat dilihat pada

rata-rata variabel *reliability* yaitu 3.67 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan adanya penempatan kotak amal yang mudah dan pengelola tidak membedakan dengan pencapaian 3.75 dan nilai terendahnya dengan pernyataan prosedur pendataan pengunjung kurang dengan pencapaian 3.59.

**Table 8. Harapan responden terhadap Daya Tanggap
(Responsiveness)**

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Rata-rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Ketanggapan pengelola membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan	5	9	30	18	38	3.25
2	Pemberian informasi yang cepat dan tanggap	2	16	25	23	34	3.71
3	Pemberian petugas pengganti makam jika petugas yang satu tidak bisa hadir	4	15	31	15	35	3.62
4	Seberapa tanggap pengelola dalam menangani pengunjung	3	14	31	22	30	3.20
Total		14	54	117	78	137	
Rata-Rata Responsiveness							3.44

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Dari hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggapan Brebes dapat diartikan Penting. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *responsiveness* yaitu 3.44 sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan pemberian informasi yang cepat dan tanggap dengan pencapaian 3.71 dan nilai terendah dengan pernyataan ketanggapan pengelola dalam menangani pengunjung dengan pencapaian 3.2.

Table 9. Harapan responden terhadap Jaminan (*Assurance*)

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Rata-rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Terjaminnya peralatan yang ada di makam	3	14	28	27	28	3.63
2	Pelayanan yang didapatkan tepat dan akurat	2	17	27	23	31	3.64
3	Pengelola makam paham tentang sejarah makam syekh ahmad badawi	3	15	29	14	39	3.71
4	Kerahasiaan data pengunjung terjamin	1	14	36	18	31	3.64
	Total	9	60	120	82	129	
	Rata-Rata Assurance						3.65

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Dari hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Penting. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *assurance* yaitu 3.65 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pengelola paham tentang sejarah makam Syekh Ahmad Badawi dengan pencapaian 3.71 dan nilai terendahnya dengan pernyataan kurangnya peralatan yang ada di makam dengan pencapaian 3.63.

Table 10. Harapan responden terhadap Empati (*Empathy*)

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Rata-rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Pengelola menanyakan pengunjung yang baru datang	4	14	34	17	31	3.57

2	pengelola makam selalu menerapkan sama, senyum, sapa	1	15	29	14	41	3.79
3	pengelola selalu berada di makam apabila pengunjung membutuhkan	3	12	37	14	34	3.64
4	Pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik	2	8	37	13	40	3.81
	Total	10	49	137	58	146	3.70
	Rata-Rata <i>Empaty</i>						

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Dari hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Penting. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *tangibles* yaitu 3.70 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik dengan pencapaian 3.81 dan nilai terendahnya dengan pernyataan kurangnya adanya pengelola pengganti dengan pencapaian 3.64.

Table 11. Kenyataan responden terhadap Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Pertanyaan	Kinerja/Realita					Rata-rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Ruang tunggu dan Ruang pendaftaran yang nyaman	7	20	32	24	17	3.24
2	Ruang Peristirahatan yang nyaman	9	24	31	20	16	3.10
3	Peralatan makam yang lengkap	13	25	29	18	15	2.97
4	Informasi pendaftaran yang jelas	12	22	30	21	15	3.05

5	Kamar mandi yang bersih dan wangi	13	19	31	22	15	3.07
6	Tempat parkir yang aman	5	23	34	16	22	3.27
7	Pengelola berpenampilan rapi dan sopan	7	17	36	21	19	3.28
8	Akses masjid yang mudah di sekitar makam	7	11	38	18	26	3.45
	Total	73	161	261	160	145	
	Rata-Rata Tangibles						3.17

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Berdasarkan hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Kurang Puas. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *Tangibles* yaitu 3.17 sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan akses masjid yang mudah dengan pencapaian 3.45 dan nilai terendahnya dengan pernyataan kurangnya peralatan yang canggih di makam dengan pencapaian 2.97.

Table 12. Kenyataan responden terhadap Keandalan (*Reliability*)

No	Pertanyaan	Kinerja/Realita					Rat a- rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Prosedur pendaftaran pengunjung yang jelas	11	21	34	21	13	3.04
2	Proses pemeriksaan yang cepat dan akurat	12	22	32	22	12	3
3	Penempatan kotak amal yang mudah	6	17	40	21	16	3.24
4	Pengelola tidak membedakan pengunjung	3	19	37	21	20	3.36
	Total	32	79	143	85	61	
	Rata-Rata Reliability						3.16

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Berdasarkan hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Kurang Puas. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *Reliability* yaitu 3.16 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pengelola tidak membeda-bedakan pengunjung dengan pencapaian 3.36 dan nilai terendahnya dengan pernyataan kurangnya proses pemeriksaan yang cepat dan akurat dengan pencapaian 3.

Table 13. Kenyataan responden terhadap Ketanggapan (*Responsiveness*)

No	Pertanyaan	Kinerja/Realita					Rat a- rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Ketanggapan pengelola membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan	3	17	44	18	18	3.31
2	Pemberian informasi yang cepat dan tanggap	8	23	32	25	12	3.1
3	Pemberian petugas pengganti jika petugas yang satu tidak bisa hadir	10	21	34	22	13	3.07
4	Seberapa tanggap pengelola dalam menangani pengunjung	8	21	34	23	14	3.14
	Total	29	82	144	88	57	
	Rata-Rata Responsiveness						3.15

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Berdasarkan hasil data yang telah diolah diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Kurang Puas. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *Responsiveness* yaitu 3.15 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan ketanggapan pengelola dalam membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan dengan pencapaian 3.31 dan nilai

terendahnya dengan pernyataan pemberian informasi yang kurang dengan pencapaian 3.1.

Table 14. Kenyataan responden terhadap Jaminan (*Assurance*)

No	Pertanyaan	Kinerja/Realita					Rat a- rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Terjaminnya peralatan yang ada di makam	8	22	34	23	13	3.11
2	Pelayanan yang didapatkan tepat dan akurat	4	22	34	26	14	3.24
3	Pengelola makam paham tentang sejarah makam syekh ahmad badawi	7	16	34	20	23	3.36
4	Kerahasiaan data pengunjung terjamin	8	18	39	22	13	3.14
	Total	27	78	141	91	63	
	Rata-Rata Assurance						3.21

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Dari hasil data yang sudah diolah di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Kurang Puas. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata variabel *assurance* yaitu 3.21 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pengelola makam paham tentang sejarah Makam Syekh Ahmad Badawi dengan pencapaian 3.36 dan nilai terendahnya dengan pernyataan kurangnya peralatan yang ada di makam dengan pencapaian 3.11.

Table 15. Kenyataan responden terhadap Empati (*Empathy*)

No	Pertanyaan	Kinerja/Realita					Rat a- rata
		1	2	3	4	5	
Skor penilaian		STP	TP	CP	P	SP	
1	Pengelola menanyakan pengunjung yang baru datang	9	20	39	19	13	3.07
2	pengelola makam selalu menerapkan sama, senyum, sapa	3	17	37	19	24	3.44
3	Pengelola selalu berada di makam apabila pengunjung membutuhkan	10	16	41	18	15	3.12
4	Pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik	5	13	37	20	25	3.47
	Total	27	66	154	76	77	
	Rata-Rata <i>Empathy</i>						3.27

Sumber: Data analisis frekuensi responden 2023

Berdasarkan hasil data yang telah diolah di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden yang berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dapat diartikan Kurang Puas. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata variabel *Empati* yaitu 3.27 sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik dengan pencapaian 3.47 dan nilai terendahnya dengan pernyataan pengelolaan menanyakan pengunjung yang baru datang dengan pencapaian 3.07.

b. Menghitung Tingkat Kesesuaian Atribut

Table 16 . Tingkat kesesuaian Atribut

Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes

Variabel	Indikator	Rata-Rata Harapan	Rata-Rata Kinerja	Rata-Rata Tingkat Kesesuaian
<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	T1	3.76	3.24	1.160%
	T2	3.76	3.1	1.21%
	T3	3.57	2.97	1.20%
	T4	3.64	3.05	1.19%
	T5	3.73	3.07	1.21%
	T6	3.72	3.27	1.31%
	T7	3.66	3.28	1.11%
	T8	3.76	3.45	1.08%
<i>Reliability</i> (Keandalan)	RL1	3.59	3.04	1.18%
	RL2	3.62	3	1.20%
	RL3	3.75	3.24	1.15%
	RL4	3.75	3.36	1.11%
<i>Responsiveness</i> (Daya tangkap)	RP1	3.75	3.31	1.13%
	RP2	3.71	3.1	1.19%
	RP3	3.62	3.07	1.17%
	RP4	3.62	3.14	1.15%
<i>Assurance</i> (Jaminan)	A1	3.63	3.11	1.16%
	A2	3.64	3.24	1,12%
	A3	3.71	3.36	1.10%
	A4	3.64	3.14	1.15%
<i>Empaty</i> (Empati)	E1	3.57	3.07	1.16%
	E2	3.79	3.44	1.10%
	E3	3.64	3.12	1.16%
	E4	3.81	3.47	1.09%

Sumber: Data tingkat kesesuaian 2023

c. Menghitung Tingkat Kesesuaian Total (Tki) Harapan (Y) dan Kinerja (X)

$$\Sigma \chi_i = 7664$$

$$\Sigma y_i = 8844$$

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \chi 100\%$$

$$Tki = \frac{7664}{8844} \times 100\%$$

$$Tki = 86.64\%$$

Hasil yang didapatkan dari tingkat kesesuaian total adalah 86.64%. Maka dari itu angka tingkat kesesuaian total dibawah dari 100% tingkat kesesuaian antara harapan pengunjung, berdasarkan hasil tersebut, maka perlu adanya peningkatan kinerja dari pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

d. Menghitung skor rata-rata tingkat kinerja (X) dan harapan (Y)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k}$$

$$= \frac{76.64}{24} \bar{X} = 3.19$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

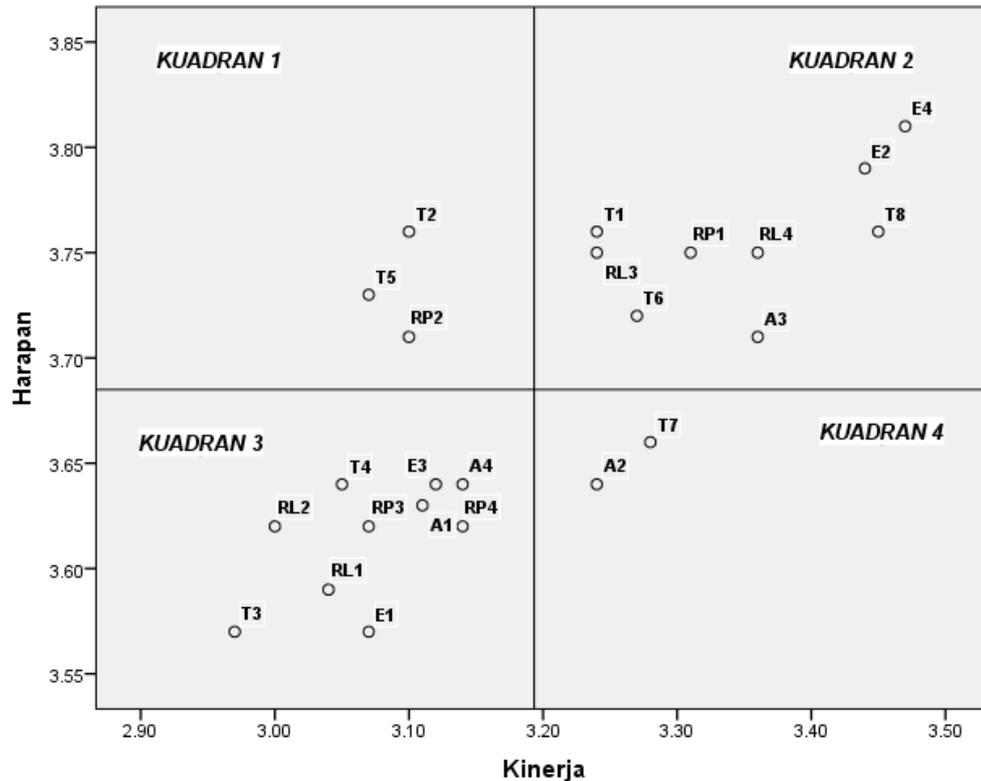
$$= \frac{88.44}{24} \bar{Y} = 3.68$$

Berdasarkan hasil perhitungan skor rata-rata tingkat kinerja dan harapan yang diterima oleh pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes menghasilkan skor kinerja 3.19 dan skor harapan 3.68, yang mana hasil ini akan dibuat sebagai acuan sebagai pembuatan diagram kartesius.

e. Diagram Kartesius

Sebelum melakukan analisis dengan menggunakan diagram kartesius terdapat beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut: pertama harus menentukan nilai rata-rata setiap atribut X dan Y. sedangkan nilai yang didapatkan dari nilai rata-rata X dan Y adalah $X = 3.19$ dan $Y = 3.68$. Hasil distribusi setiap atribut dapat dilihat di gambar dibawah ini:

1.2. Diagram Kartesius Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes



Dalam diagram kartesius terdiri dari empat kuadran yang harus kita pahami yang pertama kuadran 1 (prioritas utama), kedua kuadran 2 (prioritas pertahankan prestasi), ketiga kuadran 3 (prioritas rendah) dan yang terakhir kuadran 4 (prioritas berlebihan). Dari diagram di atas dilihat bahwasanya dalam kuadran 1 terdapat 3 atribut, kuadran 2 berisi 9 atribut angket, kuadran 3 berisi 10 pernyataan atribut angket dan kuadran 4 berisi 2 pernyataan atribut angket.

1) Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Pada kuadran 1 terdapat faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan oleh pengunjung, namun pengunjung belum merasa puas dengan kinerja pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, sehingga pihak pengelola harus fokus pada pengembangan wisata religi di Makam Syekh Ahmad Badawi untuk

memperbaiki keadaan agar lebih baik. Kinerja di kuadran ini, menurut perhitungan menggunakan diagram IPA (kartesius) pada Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, memiliki 3 atribut yang dianggap penting dan diharapkan pengunjung makam sebagai berikut:

Table 17. Hasil Perhitungan Diagram IPA pada Kuadran 1

Atribut	Pernyataan
T2	Ruang Peristirahatan yang nyaman
T5	Kamar mandi yang bersih dan wangi
RP2	Pemberian informasi yang cepat dan tanggap

Sumber: Data diagram kartesius 2023

Dari diagram di atas, kuadran 1 menunjukkan bahwa pada kuadran ini memenuhi apa yang diharapkan pengunjung atau apa yang diinginkan pengunjung. Terdapat 3 atribut pada kuadran ini dengan poin tertinggi pada atribut 2 dengan pernyataan Ruang Peristirahatan yang nyaman, artinya atribut tersebut benar-benar memenuhi harapan pengunjung dan harus diperhatikan. Sedangkan pada kuadran ini poin terendah adalah pada atribut 14 dengan pernyataan pemberian informasi yang cepat dan tanggap, yang berarti bahwa kinerja atribut tersebut perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pengunjung.

2) Kuadran 2 (Prioritas Pertahanan Prestasi)

Dalam kuadran ini terdapat faktor-faktor yang penting dan dianggap sebagai faktor kepuasan pengunjung, sehingga pengelolaan makam memiliki tugas untuk menjaga kinerjanya. Diantar atribut yang harus dijaga oleh pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes yang dihitung dengan menggunakan diagram IPA adalah atribut yang berada pada kuadran 2, karena atribut pada kuadran 2 dianggap pengunjung memenuhi apa yang diminta. Adapun atribut yang harus dipertahankan adalah sebagai berikut:

Table 18. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 2

Atribut	Pernyataan
T1	Ruang tunggu dan Ruang pendaftaran yang nyaman
T6	Tempat parkir yang aman
T8	Akses masjid yang mudah disekitar makam
RL3	Penempatan kota amal yang mudah
RL4	Pengelola tidak membedakan pengunjung
RL1	ketanggapan pengelola membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan
A3	Pengelola makam paham tentang sejarah makam syekh ahmad badawi
E2	Pengelola makam selalu menerapkan sama, senyum, sapa
E4	Pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik

Sumber: Data diagram kartesius 2023

Dari diagram di atas, menyatakan bahwa pada, kuadran 2 harapan pengunjung tinggi dan kepuasnya juga tinggi. Pada kuadran ini terdapat 9 atribut dengan poin paling bagus terdapat pada atribut E4 dengan pernyataan pengelolaan memperlakukan pengunjung dengan baik, yang pada berarti atribut tersebut sangat memenuhi harapan pengunjung dan pengelola harus memperhatikan kinerja tersebut. Sedangkan yang memiliki poin terendah adalah atribut A3 dengan pernyataan pengelolaan makam paham tentang sejarah Makam Syekh Ahmad Badawi, yang artinya atribut tersebut harus ditingkatkan kinerjanya agar memenuhi harapan pengunjung.

3) Kuadran 3 (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang memiliki realitas atau aktivitas yang rendah dan tidak terlalu penting bagi pengunjung, sehingga pengelola tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Karena atribut ini tidak

memberikan dampak yang besar bagi Makam Syekh Ahmad badawi Ketanggungan Brebes. Adapun atribut sebagai berikut:

Table 19. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 3

Atribut	Pernyataan
T3	Peralatan makam yang lengkap dan canggih
T4	Informasi pendaftaran yang jelas
RL1	Prosedur pendaftaran pengunjung yang jelas
RL2	Proses pemeriksaan yang cepat dan akurat
RP3	Pemberian petugas pengganti jika petugas yang satu tidak bisa hadir
RP4	Seberapa tanggap pengelola dalam menangani pengunjung
A1	Terjaminnya peralatan yang ada di makam
A4	Kerahasiaan pengunjung terjamin
E1	Pengelola menanyakan pengunjung yang baru datang
E3	Pengelola selalu berada di makam apabila pengunjung membutuhkan

Sumber: Data diagram kartesius 2023

Dari diagram di atas, kuadran 3 menyatakan bahwa kinerja dan harapan pengunjung rendah, maka dari ini kinerja yang diberikan pengelola itu rendah, sehingga pengelola tidak harus perlu memprioritaskan atribut tersebut, karena pada kuadran ini terdapat 10 atribut dengan poin tertinggi terdapat pada atribut T4 dengan pernyataan Informasi pendaftaran yang jelas, artinya atribut tersebut tidak terlalu penting bagi pengunjung. Sedangkan atribut yang memiliki poin terendah adalah atribut T3 dengan pernyataan peralatan makam yang lengkap dan canggih, artinya atribut tersebut tidak terlalu penting sehingga pengelola tidak harus terlalu memprioritaskan atribut tersebut.

4) Kuadran 4 (Prioritas Berlebihan)

Pada kuadran 4 terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, sehingga pengelola sebaiknya mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor tersebut ke faktor lain dengan tingkat prioritas yang lebih tinggi. Pada kuadran 4 ini pengelola tidak perlu meningkatkan kembali karena pada kuadran ini pengunjung tidak terlalu mengharapakan lebih cukup pengelola mengalokasikan semuanya kepada kuadran yang lebih tinggi tingkat prioritasnya. Adapun atribut yang terdapat pada kuadran 4 sebagai berikut:

Table 20. Hasil Perhitungan Diagram IPA Pada Kuadran 4

Atribut	Pernyataan
T7	Pengelola berpenampilan rapih dan sopan
A2	Pelayanan yang didapatkan tepat

Sumber: Data diagram kartesius 2023

Berdasarkan hasil pada kuadran 4, pengunjung tidak menganggap layanan itu penting, sehingga pengunjung tidak terlalu mengharapakan. Pada kuadran ini, terdapat 2 atribut dengan skor tertinggi untuk atribut T7 dengan pernyataan Pengelola berpenampilan rapih dan sopan, yang artinya kinerja pengelola makam terhadap atribut ini tinggi, tetapi bagi pengunjung atribut ini tidak terlalu penting atau berlebihan. Atribut dengan skor terendah adalah atribut A2 dengan pernyataan pelayanan yang di dapat tepat dan akurat, yang artinya atribut tersebut tidak terlalu penting atau berlebihan.

B. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes

Berdasarkan hasil analisis frekuensi dapat disimpulkan bahwasanya tingkat harapan pengunjung sangat puas kepada Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes sedangkan kenyataannya tidak sesuai dengan harapan pengunjung atau kurang puas, hasil itu dapat dilihat dari nilai analisis frekuensi yang sudah di ujikan sebelumnya dengan menggunakan analisis frekuensi responden seperti berikut:

Table 21. Hasil Analisis Frekuensi Kinerja

Variabel	Nilai Kinerja	Keterangan
<i>Tangibles</i>	3.17	Kurang puas
<i>Reliability</i>	3.16	Kurang puas
<i>Responsiveness</i>	3.15	Kurang puas
<i>Assurance</i>	3.21	Kurang puas
<i>Empaty</i>	3.27	Kurang puas

Sumber: Dari analisis frekuensi

Sedangkan untuk mengetahui nilai frekuensi harus melihat nilai interpretasinya terlebih dahulu. Menurut sudjana bahwasanya apabila nilainya lebih dari 3,40 maka hasilnya puas sedangkan apabila nilai kurang dari 3,39 maka hasilnya kurang puas. Sedangkan untuk tingkat kenyataan/kinerja menghasilkan nilai kurang dari 3,39 maka hasil yang di dapatkan adalah kurang puas.

1) *Tangibles*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *Tangibles* (Bukti Fisik) mendapatkan nilai kinerja 3.17 yang dikategorikan kurang puas yang berarti bahwa pengunjung merasa kurang puas dari segi bukti fisik atau fasilitas yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan

Brebes karena tidak sesuai dengan harapan pengunjung, seperti pertama kurangnya ruang tunggu atau ruang peristirahatan bagi pengunjung makam maka dari itu pengunjung merasa kurang puas/nyaman ketika ingin bermalam di makam, kedua peralatan makam yang kurang lengkap seperti terbatasnya tempat untuk berwudhu dan kurangnya peralatan kebersihan yang ada di makam, ketiga pemberinformasi pendaftaran yang kurang jelas yang membuat data pengunjung makam kurang jelas dan valid, keempat kurangnya fasilitas kamar mandi yang ada di makam yang membuat pengunjung merasa kurang puas dan kurang nyaman ketika berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes karena kamar mandi yang berada di makam itu hanya 3 kamar mandi sedangkan pengunjung yang datang berkunjung sekitar 50 lebih perharinya, kelima tempat parkir yang luas akan tetapi akses menuju makam yang sulit karena jalan ke area makam sangat kecil dan sempit bahkan untuk bus pariwisata juga sulit ketika memasuki area parkir Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, keenam berpenampilan rapih dan sopan, kemudian terakhir akses masjid yang berada di makam yang mudah, karena masjid yang berada di pinggir makam juga termasuk peninggalan Syekh Ahmad Badawi yang masih ada sampai sekarang dan aksesnya pun menuju makam sangat dekat dan mudah. Nilai tertinggi *Tangibles kinerja* terletak ada 3 atribut yaitu (T8, T7 dan T1) dengan pernyataan akses masjid yang mudah, pengelola selalu berpenampilan rapih dan sopan dan yang terakhir adanya ruang tunggu dan ruang peristirahatan pengunjung, sedangkan nilai terendah *Tangibles kinerja* terletak pada (T3) dengan pernyataan kurangnya peralatan makam yang canggih di makam dengan itu pengunjung merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan dan harus menjadi perhatian lebih oleh pengelola.

2) *Reliability*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahawa *Reliability* (keandalan) mendapatkan nilai kinerja 3.16 yang di kateorikan kurang puas yang berarti pengunjung merasa kurang puas dari segi keandalanya yang ada di Makam Syekh Ahamad Badawi Ketanggungan Brebes dengan pernyataan adanya prosedur pendaftaran pengunjung, proses pemeriksaan, penempatan kotak amal dan pengelola tidak membedakan pengunjung. Nilai tertinggi *Reliability* terletak ada 3 atribut yaitu (RL4, RL3 dan RL1) dengan pernyataan penempatan kotak amal yang mudah, pengelola tidak membedakan-bedakan pengunjung dan yang terakhir prosedur pendaftaran yang jelas sedangkan nilai terendah *Reliabilty* terletak pada (RL2) dengan pernyataan proses pemeriksaan yang kurang dengan itu pengunnjung merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan dan harus menjadi perhatian lebih oleh pengelola.

3) *Responsiveness*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahawa *Responsiveness* (Daya Tangkap) mendapatkan nilai kinerja 3.15 yang dikategorikan kurang puas dengan 4 atribut yaitu ketanggapan pengelola membantu pengunjung, pemberian informasi, adanya petugas pengelola pengganti dan ketanggapan pengelola ketika menangani pengunjung. Nilai tertinggi *Responsiveness* terletak ada 3 atribut yaitu (RP1, RP4 dan RP3) dengan pernyataan pengelola selalu membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan, ketanggapan pengelola dalam menangani pengunjung dan terakhir adanya petugas pengganti, sedangkan nilai terendah *Responsiveness* terletak pada (RP2) dengan pernyataan pemberian informasi yang kurang dengan itu pengunnjung merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dan harus menjadi perhatian lebih oleh pengelola.

4) *Assurance*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahawa *Assurance* (jaminan) mendapatkan nilai kinerja 3.21 yang dikategorikan kuarang puas dengan

4 atribut yaitu terjaminnya peralatan makam, pelayanan yang tepat, pengelola makam faham tentang sejarah makam dan kerahasiaan pengunjung terjamin. Nilai tertinggi *Assurance* terletak ada 3 atribut yaitu (A3, A2 dan A4) dengan pernyataan pengelola faham tentang sejarah Makam Syekh Ahmad Badawi Ktenaggungan Brebes, pelayanan yang di dapat tepat dan akurat an terakhir kerahasiaan pengunjung terjamin sedangkan nilai terendah *Assurance* terletak pada (A1) pernyataan tidak terjaminnya peralatan yang ada di makam dengan itu pengununjung merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan dan harus menjadi perhatian lebih oleh pengelola.

5) *Empaty*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahawa *Empaty* mendapatkan nilai kinerja 3.27 dengan 4 atribut yaitu pengelola menanyakan pengunjung yang baru datang, pengelola selalu menerapkan 3S, pengelolah selalu berada di makam dan pengelolah memperlakukan pengunjung dengan baik. Nilai tertinggi *Empaty* terletak ada 3 atribut yaitu (E4, E2 dan E3) dengan pernyataan pengelola selalu memperlakukan pengunjung dengan baik, pengelola selalu menerapkan 3S, dan terakhir pengelola selalu ada di makam, sedangkan nilai terendah *Empaty* terletak pada (E1) dengan pernyataan pengelola selalu menanyakan pengunjung dengan itu pengunjung merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan dan harus menjadi perhatian lebih oleh pengelola.

Maka dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwasnya pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggunggan Brebes kurang puas dengan kualitas pelayanan yang ada di makam lebih tepatnya terhadap fasilitas yang ada di makam yang mana fasilitas makam masih sangat kurang dan belum memadai. Untuk itu pengelola makam harus memperhatikan/meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggunggan Brebes seperti menyediakan peralatan untuk makam, fasilitas kamar mandi dan tempat wudhu harus di

perbanyak, prosedur pendaftaran/daftar hadir harus lebih jelas, ketanggapan pengelola dalam menangani pengunjung makam harus di tingkatkan lagi dan yang terakhir harus adanya pengelola pengganti ketika pengelola satu tidak bisa menjaga Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

2. Faktor yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

Berdasarkan hasil dari analisis *Importance Performance Analysis* menyatakan bahwa pada diagram kartesius terdapat 4 kuadran yang pertama yaitu kuadran 1 dengan komponen prioritas utama terdapat 3 atribut yang dianggap sangat penting oleh pengunjung sedangkan pada kuadran 2 dengan komponen pertahanan prestasi terdapat 9 atribut yang harus di pertahankan oleh pengelola, kuadran 3 dengan komponen prioritas rendah terdapat 10 atribut yang tidak terlalu penting oleh pengunjung dan pada kuadran 4 dengan komponen prioritas berlebihan terdapat 2 atribut yang mana pada kuadran ini pengelola tidak perlu meningkatkan kembali. Penjelasan yang lebih rincinya terdapat pada paragraf selanjutnya:

Berdasarkan hasil penelitian pada kuadran 1 Prioritas Utama (*Concentrate These*) menyatakan bahwa harapan pengunjung lebih tinggi sedangkan kinerja dan kepuasannya rendah, maka dari itu terdapat 3 atribut yang masuk pada prioritas utama yaitu pertama ruang peristirahatan kurang nyaman, dapat ditingkatkan dengan menjaga kebersihan dengan adanya *control checklist form*, menyediakan sofa dan tempat tidur untuk beristirahat, kedua kamar mandi sebagai fasilitas pengunjung diharapkan di tingkatkan kembali dari sisi kebersihan dan fasilitas yang menunjang dengan cara menyediakan fasilitas yang belum ada di makam seperti kurangnya fasilitas kamar mandi, tempat peristirahatan dan tempat wudhu, ketiga pemberian informasi yang harus di tingkatkan lagi agar pengunjung mendapatkan informasi dengan cepat dan tanggap, yang mana 3 atribut ini dirasa sangat penting bagi pengunjung namun tingkat harapannya cukup rendah. Maka dengan itu atribut ini harus ditingkatkan kembali dengan cara

pengelola harus menyediakan fasilitas yang memadai seperti di buatkannya tempat peristirahan yang baik, dibutakan kembali kamar mandi agar pengunjung merasa nyaman sekaligus di buatkan kembali tempat wudhu agar pengunjung tidak mengantri ketika ingin berwudhu.

Kemudian pada kuadran 2 pertahankan prestasi (*Keep Up The Good Work*) harapan pengunjung tinggi dan kepuasannya tinggi, pada atribut ini memiliki prestasi kinejra yang di anggap penting dan wajib untuk di pertahankan oleh pihak pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Pada kuadran 2 terdapat 9 atribut yang masuk pada prioritas pertahanan persetasi yang pertama ruang tunggu dan ruang pendaftaran yang nyaman, kedua tempat parkir yang aman, ketiga akses masjid yang mudah disekitar makam, keempat penempatan kota amal yang mudah, kelima pengelola tidak membeda-bedakan pengunjung, keenam ketanggapan pengelola dalam membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan, ketujuh pengelola makam faham tentang sejarah Makam Syekh Ahmad Badawi, kedelapan pengelola selalu menerapkan senyum, salam sapa dan yang terakhir pengelola memerilakukan pengunjung dengan baik, dari adanya 9 atribut yang masuk ke dalam kuadran 2 pengelola harus tetap mempertahankan itu semua karena sudah sesuai apa yang di harapkan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

Kemudian pada kuadran 3 prioritas rendah (*Low Priority*) yang mana pada kuadran ini tingkat kepuasan rendah dan tingkat kinerjanya juga rendah, pada kuadran ini terdapat 10 atribut yaitu adanya peralatan makam, adanya informasi pendaftaran pengunjung/peziarah yang jelas, proses pemeriksaan yang sudah memenuhi standar minimal (cukup), petugas penganti terbatas dan ketanggapan pengelola yang cukup membantu pengunjung sehingga sudah dapat membuat pengunjung merasa nyaman ketika berziarah ke makam seperti ketika pengelola membutuhkan bantuan pengelola sudah siap dan tanggap untuk membantu pengunjung, terjaminya peralatan makam, kerahasiaan pengunjung yang harus di jaga oleh pengelola makam, kemudian pengelola menanyakan pengunjung yang barus datang

untuk mendata pengunjung agar ziarah berjalan dengan lancar dan yang terakhir pengelola selalu berada di makam agar ketika ada pengunjung merasa kesulitan pengelola bisa membantu, dari adanya 10 atribut yang masuk ke kuadran 3 pengelola tidak perlu lagi meningkatkan atribut tersebut cukup di pertahankan saja dan dana yang ada agar dialokasi ke fasilitas yang lebih penting atau yang lebih di butuhkan di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes.

Kemudian kuadran 4 Prioritas Berlebihan (*Possible Overkill*) pada kuadran ini kepuasan/kinerjanya tinggi sedangkan harapannya kurang, pada kuadran ini terdapat 2 atribut pertama pengelola selalu berpenampilan rapih dan sopan dan yang kedua pelayanan yang di berikan pengelola tepat dan akurat, pada kuadran 4 ini pengelola tidak perlu meningkatkan kembali karena pada kuadran ini pengunjung tidak telalu mengharapkan lebih cukup pengelola mengalokasikan semuanya kepada yang lebih memiliki tingkat perioritasnya tinggi.

Maka faktor yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terdapat pada kuadran 1 (prioritas utama) yang mana pada kuadran 1 di jelaskan bahwasnya pengunjung sangat memprioritaskan kuadran 1 karena merupakan salah satu faktor utama kepuasan pengunjung yang harus di tingkatkan dari 24 item yang ada dalam penelitian ini hanya 3 item saja yang masuk pada kuadran 1 yaitu ruang peristirahatan yang nyaman, kamar mandi yang bersih dan wangi, pemberian informasi yang cepat. maka dari itu 3 item tersebut merupakan faktor utama pengunjung yang harus di tingkatkan agar pengunjung merasa puas ketika berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dan untuk kuadran yang lainnya cukup dipertahnkan saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap objek wisata Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes

Berdasarkan hasil tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, dengan menggunakan analisi frekuensi yang menyatakan bahwa hasil dari kinerja pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes kurang puas karena hasil yang di dapatkan dari analisi frekuensi responden apabila nilai kinerja kurang dari 3,39 maka hasilnya kurang puas. Sedangkan hasil yang di dapatkan dari tingkat kenyataan/kinerja menghasilkan nilai kurang dari 3,39 makam hasil yang di dapatkan adalah kurang puas.

2. Faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes

Berdasarkan hasil analisis *Importance performance Analysis* menyatakan bahwasnya faktor yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terdapat pada kuadran 1 (prioritas utama) yang mana pada kuadran 1 pengunjung sangat memprioritaskan faktor ini, karena termasuk salah satu yang sangat penting bagi pengunjung, di jelaskan bahwasnya dari 24 item yang ada dalam penelitian ini hanya 3 item saja yang masuk pada kuadran 1 yaitu ruang peristirahatan yang nyaman, kamar mandi yang bersih dan wangi, pemberian informasi yang cepat. maka dari itu 3 item tersebut merupakan faktor utama pengunjung yang harus di tingkatkan agar pengunjung merasa puas ketika berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes dan untuk kuadran yang lainya cukup dipertahnkan saja.

B. Saran

Agar kajian ini dapat terealisasi, makam penelitian mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes, agar kedepannya terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang ada di makam terutama pada lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), keterandalan (*reliabilitas*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dengan memperbaiki dari sisi pelayanan dan kinerja yang berikan agar sesuai dengan harapan pengunjung.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang kepuasan pengunjung diharapkan dapat menambah atribut-atribut lain yang belum tertulis dalam penelitian ini dan menggunakan metode lain untuk melihat kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adhari Zelvian Lendy, 2020. *Kepuasan dan Pelanggan Pencapaian Brend Trust*, Edisi Pertama. Jawa Timur, CV Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria R. I, Roushandy A. F, Dhika J.S, Nur Hikmatul. A, 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hardiyansyah, 2018. *Kualitas Pelayanan Publik..* Yogyakarta: Penerbit GAVA MEDIA.
- Indrasari Meithiana, 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Edisi Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Jaya Mertha. L. L.I, 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi Kedua. Yogyakarta: QUADRANT.
- Musahadi. 2014. *Survey Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan IAIN Walisongo*. Semarang: LP2M IAIN Walisongo
- Narulita, Sari, Humaidi, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajdi, Umi Khumaeroh, Arip Suprasetio, Azry Arvah Hidayat, 2020 *Pariwisata Halal Potensi wisata religi di DKI Jakarta*. Depok: Rajawali Pers
- Nurdin, Ismail. 2019. *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparaturn dan komunikasi Birokrasi dalam pelayanan publik)*. Surabaya: penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Nurkhasanah Yuli, 2014. *Aplikasi Strategi Pembelajaran Muhadatsah Guna Meningkatkan Maharah Kalam Bagi Mahasiswa IAIN Walisongo*. Semarang: LP2M.
- Puspaningrum Astrid. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket*. Malang: Media Nusa Creative.
- Syah Arman, 2021. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Parasuraman, Leonard L. Berry, Valarie Zeithaml. *Understanding, Measuring, and Improving Service Quality Findings from a Multiphase Research Program*, dalam Buku *Service Quality* New York: Lexington Books
- Wiwik Sulistiyowati, 2018. *Kualitas pelayanan: teori dan aplikasi*. Jawa Timur: UMSIDA Press

Artikel dan Jurnal

- Chotib Moch, 2015. “Wisata Religi di Kabupaten Jember”, *FENOMENA* 14 (2) 407- 428
- Djausal Paramita Gita I, Alia Larasati, and Lilih Muflihah, “Strategi Pariwisata Ekologis Dalam Tantangan Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Perspektif Bisnis* 3, no. 1 (2020): 57–61, <https://doi.org/10.23960/jpb.v3i1.15>.
- Dzulfikar Arif, Siti Jahroh, Mochammad Mukti Ali, 2021. “Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara Di Masa Pandemi COVID-19 dengan pendekatan Importance Performance Analysis”, *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* 7 (3) 681- 693
- Dzulfikar, Arif, Siti Jahroh, Mochammad Mukti Ali, 2021 “Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara di Masa Pandemi Covid-19 dengan pendekatan Importance Performance Analysis”. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. 7 (3), 681-693
- Firsty Ophelia, Ida Ayu Suryasih, 2019. “Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7 (1) 36-43
- Fitriyadi Muhammad, 2022. “Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Dari Hati Janji Jiwa di Kota Pontianak”, *Jurnal Manajemen Dakwah*. 3 (2) 24-38
- Gea, Mahrunnisa. 2020 “Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan Importance Performance Analysis (IPA)”. *Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Hilmiyatul Anisatul, 2016. “Kontribusi Kiai Badawi Dalam Perkembangan Islam Di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes Jawa Tengah (1945-1953)”. *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Ihsan Wildan Dede, 2005. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Canguang Garut, Jawa Barat “, *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Halida Sukma Faraz, 2019. “Analisis Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kebun Teh Kaligua Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes”, *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Jinayat, 2019 “Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Topejawa di Kabupaten Takalar” *Skripsi*. Makassar: Universitas Negeri Makassar
- Syarifudin M. Kasiman, Sugeng Nugroho Hadi. 2019. ”Pengaruh Lima Dimensi Mutu Pelayanan Perspektif Islam terhadap Kepuasan Mitra pada KSPPS BMT Binamas”, *Jurnal Ekonomi Islam*, 19 (1) 2019, 73-80
- Nabila Ismi, I Dewi Ayu Sri Yudhari, Ida Ayu Listia Dewi, 2022. “Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali”, *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata* 11 (1) 200-210

- Novita, Sell. 2021 “Analisis Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar” *Skripsi. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-raniry.*
- Nurhadi, 2018. “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah”, Vol 2. No 2, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis: EkBs*, 2 (2), 137-150
- Oang Oscar Johan, Jati Pambudi, 2014. “Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratorium Cibitung PT Sucofindo (Persero)”, *J@TIUndip IX* (1)
- P. K Ruwananda Rejwega, 2016 “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index)”. Yogyakarta: *Universitas Islam Indonesia.*
- Panorama Maya, 2018. ”Analisis Potensi Wisata Religi Ki Merogan Palembang”, *I-Economice* 4 (1) 18-28
- Parasuraman, Valariea A. Zeithaml, Leonard L. Berry, ”SERVQUAL; A Multiplen-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality” *Journal Of Marketing* 1 (64)
- R. Nugraha Nafu Ilham, 2021. ”Peran Kyai Ahmad Badawi (1942-1953 M) Dalam Penyelenggaraan Pendidikan Islam Di Ketanggungan”. *Skripsi. Cirebon Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon*
- Raharjo. M ,2018, Antara konsep proposisi, teori, variabel dan hipotesis dalam penelitian
- Rohaeni, Heni, Nisa Mawar. 2018 “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung”. *Jurnal Ecodemica*, 2 (2) 312- 318
- Saifuddin Ahmad, 2022. “Tradisi Ziarah Kubur Syekh Al-Badawi dan Penguat Otoritas Keagamaan di Desa Dukuh Tengah Brebes Perspektif Sakralitas Emile Durkheim”, Volume 2, Nomor 1, *An-Natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2 (1), 88-89
- Sulistiawati, Titi. 2021 “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Metode Importance performance Analysis (Studi pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung)” *Skripsi.* Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Syahyuti. 2019 “Pengelolaan Wisata Religi untuk Pengembangan Dakwah (Studi Makam Tuan Guru Syekh Abdul Wahab Rokan Besilam)” *Skripsi*, Sumatra utara: UIN Sumatra utara.
- Khoiria N. S, Kasful Anwar, 2021. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Warung Steak On You Kota Baru Jambi” *Trans Ekonomika-Akuntansi Bisnis dan Keuangan*, 2 (1)
- Rangga Maulana, Ilwan Syafrinal, Ridho taufiq subagio, Rinaldi adam, Wijaya Abdun, 2022. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung

Menggunakan Metode *Service Performance* (Studi kasus: Taman Air Gua Sunyaragi)”, *Jurnal Digital*, 2 (12)

Tangkere Grace Ellen, Lorraine W. TH. Sondak, 2017. “Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon”, *Agrisocioekonomi Unsrat* 13 (1) 35-46

Wulandari Febri Rini, 2022 “Strategi Pengelolaan Wisata Religi Gunungpring Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Gunungpring Tahun 2021” *Skripsi*. Yogyakarta: Uin Sunan Kalijaga.

Internet

Absor, Ulul. 2021 “*Tapak Tilas Mbah Badawi, ulama dan pejuang nyentrik asal Brebes*”, <https://www.kompasiana.com/ulil67052/60176a268ede4836b8353052/tapak-tilas-mbah-badawi-ulama-dan-pejuang-nyentrik-asal-brebes>, 31 Oktober 2022.

Anwar Khaoril, Nujateng.com. 2015. “*Mbah Badawi, Kyai Ketanggungan Penakluk Penjajah*”, <https://nujateng.com/2015/02/mbah-badawi-kyai-ketanggungan-penakluk-penjajah/>, 28 januari 2023.

Budi. 2019 “*Safari Ziarah dan berdoa di makam Syekh Ahmad Badawi Brebes*”, <https://www.laduni.id/post/read/65226/safari-ziarah-dan-berdoa-di-makam-syeikh-ahmad-badawi-brebes>, 31 Oktober 202.

Kemenag. 2022 “*Qur’an Kemenag*”, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an. <https://quran.kemenag.go.id/surah/29/20>.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Strategi Pengelolaan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes Menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Kepada Yth

Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi

Di Ketanggungan

Dengan hormat,

Nama : Iis Khoerotunnisa

NIM : 1901036148

Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah

Saya sedang dalam tahap penyusunan skripsi, bermaksud untuk melakukan penelitian “**Analisis kepuasan pengunjung berdasarkan kualitas pealayana pada objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes**”

Untuk mendukung penelitian skripsi saya khususnya dalam pengumpulan data, saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini secara jujur:

Penelitian yang dilakukan hanya bersifat keilmuan dan data yang terkumpul tidak digunakan untuk hal-hal yang merugikan.

Atas kesedian dan kerja anda, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Bagian I: Identifikasi Responden

Petunjuk pengisian

- a. Di mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan benar.
- b. Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan

Nama Lengkap :

Asal Tempat :

Jenis Kelamin :

Usia :

- a. 17-20 tahun
- b. 21-25 tahun
- c. 26-30 tahun
- d. >30 tahun

Pekerjaan :

- a. PNS
- b. Pegawai swasta
- c. TNI / POLRI
- d. Wiraswasta
- e. Petani / Buruh
- f. Pelajar / Mahasiswa

Bagian II : Persepsi Konsumen Terhadap Penyedia Layanan

Petunjuk pengisian:

Peneliti ingin mengetahui pendapat anda mengenai tingkat kepuasan pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Anda akan diminta untuk menjawab pertanyaan yang diberikan dengan petunjuk pengisian, yaitu: Soal-soal pada bagian ini memberikan jawaban dengan kode (1,2,3,4,5). Setiap pertanyaan anda hanya boleh satu jawaban pada kolom kinerja (Realita) dan harapan. (Tingkat kepentingan)

Contoh pengisian kuesioner sebagai berikut:

No	Pertanyaan	Harapan / Tingkat Kepentingan					Kinerja / Realita				
		1 Sangat tidak penting	2 Tidak penting	3 Cukup penting	4 penting	5 Sangat penting	1 Sangat tidak puas	2 Tidak puas	3 Cukup puas	4 puas	5 Sangat puas
BUKTI FISIK (<i>TANGIBLES</i>)											
1	Ruang tunggu dan Ruang pendaftaran yang nyaman				√			√			
KEANDALAN (<i>RELIABILITY</i>)											
1	Prosedur pendaftaran pengunjung yang jelas				√			√			
DAYA TANGGAP (<i>RESPONSIVENESS</i>)											
1	ketanggapan pengelolah membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan				√				√		
JAMINAN (<i>ASSURANCE</i>)											
1	Terjaminnya peralatan yang ada dimakam				√			√			
EMPATI (<i>EMPATHY</i>)											
1	Pengelolah menanyakan pengunjung yang baru datang				√				√		

	bedakan pengunjung										
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)											
1	ketanggapan pengelola membantu pengunjung ketika mengalami kesulitan										
2	Pemberian informasi yang cepat dan tanggap										
3	Pemberian petugas pengganti jika petugas yang satu tidak bisa hadir										
4	Seberapa tanggap pengelola dalam menangani pengunjung										
JAMINAN (ASSURANCE)											
1	Terjaminya peralatan yang ada di makam										
2	Pelayanan yang didapatkan tepat dan akurat										
3	Pengelola makam paham tentang sejarah makam syekh ahmad badawi										
4	Kerahasiaan pengunjung terjamin										
EMPATI (EMPATHY)											

1	Pengelola menanyakan pengunjung yang baru datang										
2	pengelola makam selalu menerapkan sama, senyum, sapa										
3	pengelola selalu berada di makam apabila pengunjung membutuhkan										
4	pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik										

Ketanggungan, November 2022

Responden

Lampiran 2. Responden Penelitian

No	Nama	Asal Tempat	Usia	Pekerjaan
1	Yunia Rahmawati	Cikeusal Kidul, Kec. Ketanggungan	21	Pelajar/Mahasiswa
2	Rostika	Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
3	Nurul Aenun	Brebes	17	Pelajar/Mahasiswa
4	Isti Nusrotal Adila	Brebes	19	Pelajar/Mahasiswa
5	Rifatul Maula	Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
6	Munawarah	Mamuju tengah, sulawesi barat	21	Pelajar/Mahasiswa
7	Miftah farid	Brebes	26	Wiraswasta, Pelajar/Mahasiswa
8	Ali Nur Fajrin	Cikeusal Kidul	26	Lainnya
9	Takrib	Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
10	Alwi Anwar	Brebes	30	Wiraswasta, Pelajar/Mahasiswa
11	Aang Maulana	Brebes	21	Pelajar/Mahasiswa
12	Sidqil Badari	Brebes	23	Pelajar/Mahasiswa
13	Ahmad Eggi Mubarok	Ketanggungan Brebes	26	Lainnya
14	Haji	Baros	33	Lainnya
15	Wiryono	Brebes	28	Pegawai swasta
16	Mundirin	BREBES	43	Petani/Buruh, Lainnya
17	Ninda Mujayanah	Ciseureuh Ketanggungan Brebes	23	Lainnya
18	Huril mubin	Cikeusal kidul	25	Wiraswasta
19	Alya	Brebes	21	Pelajar/Mahasiswa
20	Muhammad Al Fairuz Zabadi	Jakarta	21	Pegawai swasta
21	Tatang	Brebes	25	Pelajar/Mahasiswa
22	Wahyu Wulandari	Banyumas	20	Pelajar/Mahasiswa
23	Turyaningsih	Bandung	34	Wiraswasta
24	Nursidiq	Kampung Salagading	31	Lainnya
25	May Hidayah	Cikeusal kidul	18	Lainnya
26	Rizqon H	Brebes	24	Petani/Buruh
27	Muhammad Nizar Zulmi	Sindangjaya Kersana Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
28	Ahmad Sholahudin	Rembang	21	Pelajar/Mahasiswa
29	Deviga Meyliana Arik Istikhawa	Pati	21	Pelajar/Mahasiswa
30	Mun'im	Brebes	24	Lainnya
31	Umar Fahmi Munandar	Pemalang	22	Pelajar/Mahasiswa
32	Shinta Khilyatul Aulan Nisa	Tegal	21	Pelajar/Mahasiswa
33	Dika	Plg	20	Pelajar/Mahasiswa
34	Alya	Brebes	21	Pelajar/Mahasiswa

35	AZKA AINUN NAZIA	DESA CIKEUSAL KIDUL	21	Wiraswasta
36	Amar	Brebes	27	Pelajar/Mahasiswa
37	Eliza Agnesilvana	Cikeusal Kidul, Ketanggungan, Brebes	20	Pelajar/Mahasiswa
38	Gilang Ramadhan	Cikeusal Kidul, Ketanggungan, Brebes	23	Wiraswasta
39	Abdul fatah	Brebes cikeusal kidul	27	Wiraswasta
40	Fahri Ihsan Alfani	Bumiayu	22	Pelajar/Mahasiswa
41	Hanif mabruri	Cikeusal kidul	28	Wiraswasta
42	muhammad shidqi badari	cikeusal	21	Pelajar/Mahasiswa
43	Sepi	Kersana	18	Pelajar/Mahasiswa
44	Ojan	Kersana	17	Pelajar/Mahasiswa
45	Silo	Kemukten	18	Pelajar/Mahasiswa
46	Aisyah	Brebes	19	Pelajar/Mahasiswa
47	Riza Aryani	Cikeusal Kidul	25	Wiraswasta
48	Ainul Kamilah	Brebes	22	Pegawai swasta
49	Nabilatul Fauziah	Rembang	21	Pelajar/Mahasiswa
50	Fakihuddin	Losari Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
51	Muhammad roby	Brebes	26	Pegawai swasta
52	Yayah Nurhidayah	Brebes	25	Pelajar/Mahasiswa
53	Alin Nabiilah	Klaten Utara	22	Pelajar/Mahasiswa
54	Dipa	Kemukten	19	Pelajar/Mahasiswa
55	Dafa	Cikandang	20	Pelajar/Mahasiswa
56	Amad	Tanjung	23	Pelajar/Mahasiswa
57	Isal	Kersana	18	Pelajar/Mahasiswa
58	Ardi	Tanjung	23	Pelajar/Mahasiswa
59	Alfiyyah Siti	Brebes	20	Pelajar/Mahasiswa
60	Rizik Muhamad Al Faris	Brebes	21	Pelajar/Mahasiswa
61	Akhmad Azmi Adzani	desa siandong, kecamatan larangan, kabupaten brebes.	20	Pelajar/Mahasiswa
62	Nur salam	Brebes	28	Lainnya
63	Endan yuniar ismawan	Desa cikeusal kidul kec ketanggungan kab Brebes	24	Wiraswasta
64	Syifa Maulidal Khamdi	Brebes, Ketanggungan	20	Pelajar/Mahasiswa
65	rega aditia	brebes	21	Lainnya
66	Lu'yan Aziz Rahayu	Brebes	25	Lainnya
67	EGI TOMI RAMANDHA	Brebes	25	Lainnya
68	Miftahul Fadilah	Semarang	21	Pelajar/Mahasiswa
69	riki romansyah	brebes	25	Wiraswasta
70	Siti Munadhiroh	Kendal	21	Pelajar/Mahasiswa
71	Rijalul umam	Brebes	25	Lainnya
72	Dede supriadi	Brebes	22	Lainnya

73	Bitia Oktavia Sativa	Jakarta	22	Pelajar/Mahasiswa
74	Sobarudin	Brebes	48	Wiraswasta
75	Alyssa	Cikeusal kidul	15	Pelajar/Mahasiswa
76	Kiki Caskiah	Cikeusal kidul, Ketanggungan, Brebes	24	Pelajar/Mahasiswa
77	aeni nadiroh	Brebes	45	Lainnya
78	Andri andrian	Brebes, 11 juni 1991	32	Lainnya
79	Ahmad Qoyumunafist	Lampung	21	Pelajar/Mahasiswa
80	M. Irfan Abdurrahman	Kuningan	22	Pelajar/Mahasiswa
81	Wawan arwani	Astanajapura	22	Pelajar/Mahasiswa
82	Jafar shodiq	Cirebon	22	Pelajar/Mahasiswa
83	Diky Arianto	Jatirejo, karanganyar, demak	22	Pelajar/Mahasiswa
84	Naila Hannani	Cirebon	16	Pelajar/Mahasiswa
85	Kasum	Desa Karang malang	50	Pegawai swasta
86	Barep Fasyah Al ghani	Brebes	22	Pelajar/Mahasiswa
87	Rudi	Banjarharjo	37	Wiraswasta
88	Akmal	Brebes, ketanggungan, Cikeusal kidul	25	Pegawai swasta
89	Abdul karim	Cirebon	23	Lainnya
90	Zaqiyah	Brebes	23	Lainnya
91	Nurkhisom	Tegal	31	Petani/Buruh
92	Carto Iskandar	Cikeusal Kidul	26	Wiraswasta
93	Ima Rofiatul Himmah	Brebes Jawa Tengah	24	Lainnya
94	Najwa	Losari	20	Lainnya
95	ilham muhammad islam	kabupaten bandung	25	Pelajar/Mahasiswa
96	Iis	Mulyasari losari Cirebon	28	Lainnya
97	Warsipah	Larangan brebes	22	Lainnya
98	Silva	Tegal	24	Pelajar/Mahasiswa
99	Qoyyim	Ketanggungan	26	Wiraswasta
100	Iqbal	Kemukten	19	Pelajar/Mahasiswa

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Harapan

		Correlations																									
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	TOTAL	
Y01	Pearson Correlation	1	.828	.764	.730	.721	.770	.749	.731	.730	.714	.767	.749	.709	.662	.705	.693	.682	.735	.665	.684	.742	.722	.664	.715	.829	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y02	Pearson Correlation	.828	1	.813	.803	.802	.894	.771	.783	.754	.733	.764	.727	.755	.702	.650	.716	.753	.723	.633	.689	.728	.711	.666	.746	.849	
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y03	Pearson Correlation	.764	.813	1	.846	.768	.770	.750	.762	.694	.760	.786	.683	.747	.740	.695	.697	.719	.707	.654	.647	.724	.745	.672	.723	.839	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y04	Pearson Correlation	.730	.803	.846	1	.828	.799	.825	.832	.860	.838	.793	.747	.761	.807	.805	.718	.755	.726	.716	.762	.753	.771	.765	.785	.895	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y05	Pearson Correlation	.721	.802	.768	.828	1	.853	.847	.809	.820	.803	.829	.728	.765	.816	.727	.737	.759	.791	.703	.748	.755	.825	.785	.796	.894	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y06	Pearson Correlation	.770	.804	.770	.799	.853	1	.855	.891	.791	.787	.825	.762	.825	.818	.743	.801	.786	.823	.778	.706	.735	.836	.705	.838	.907	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y07	Pearson Correlation	.749	.771	.750	.825	.847	.855	1	.865	.890	.844	.838	.763	.856	.832	.826	.760	.783	.751	.791	.810	.846	.792	.813	.926		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y08	Pearson Correlation	.731	.783	.762	.832	.809	.891	.865	1	.819	.773	.834	.785	.868	.857	.797	.836	.829	.842	.822	.736	.749	.835	.733	.830	.924	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y09	Pearson Correlation	.730	.754	.694	.860	.820	.791	.860	.819	1	.850	.785	.791	.767	.791	.808	.765	.759	.789	.739	.828	.834	.780	.761	.721	.899	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.714	.733	.760	.838	.803	.797	.844	.773	.850	1	.838	.750	.703	.798	.761	.738	.754	.757	.705	.803	.819	.752	.743	.733	.881	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.767	.764	.796	.793	.829	.825	.844	.834	.785	.838	1	.750	.790	.834	.761	.752	.750	.768	.793	.789	.812	.836	.826	.827	.910	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	.749	.727	.683	.747	.728	.762	.838	.785	.791	.750	.750	1	.764	.733	.757	.845	.762	.762	.705	.698	.750	.772	.741	.756	.864	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y13	Pearson Correlation	.709	.755	.747	.781	.765	.825	.763	.868	.767	.703	.780	.764	1	.812	.789	.849	.865	.877	.800	.860	.791	.828	.755	.838	.899	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y14	Pearson Correlation	.662	.702	.740	.807	.816	.816	.856	.857	.791	.798	.834	.733	.812	1	.865	.786	.755	.786	.815	.753	.771	.830	.772	.825	.903	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y15	Pearson Correlation	.705	.650	.695	.805	.727	.743	.832	.797	.808	.761	.781	.757	.789	.865	1	.800	.772	.772	.775	.810	.795	.795	.809	.769	.886	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y16	Pearson Correlation	.693	.716	.667	.718	.737	.801	.828	.836	.765	.738	.752	.845	.849	.785	.800	1	.894	.870	.784	.759	.789	.795	.749			

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.964	8
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.907	4
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.937	4
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.879	4
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.914	4

Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Harapan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.969	8
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.938	4
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.947	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.929	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.952	4

Lampiran 7. Hasil Analisis Frekuensi Kinerja

Statistics										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.2400	3.1000	2.9700	3.0500	3.0700	3.2700	3.2800	3.4500	25.4300
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	24.0000
Sum		324.00	310.00	297.00	305.00	307.00	327.00	328.00	345.00	2543.00

Statistics						
		X9	X10	X11	X12	Y2
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.0400	3.0000	3.2400	3.3600	12.6400
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	12.0000
Sum		304.00	300.00	324.00	336.00	1264.00

Statistics						
		X13	X14	X15	X16	Y3
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.3100	3.1000	3.0700	3.1400	12.6200
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	12.0000
Sum		331.00	310.00	307.00	314.00	1262.00

Statistics						
		X17	X18	X19	X20	Y4
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.1100	3.2400	3.3600	3.1400	12.8500
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	12.0000
Sum		311.00	324.00	336.00	314.00	1285.00

Statistics						
		X21	X22	X23	X24	Y5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.0700	3.4400	3.1200	3.4700	13.1000
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	12.0000
Sum		307.00	344.00	312.00	347.00	1310.00

Lampiran 8. Hasil Analisis Frekuensi Harapan

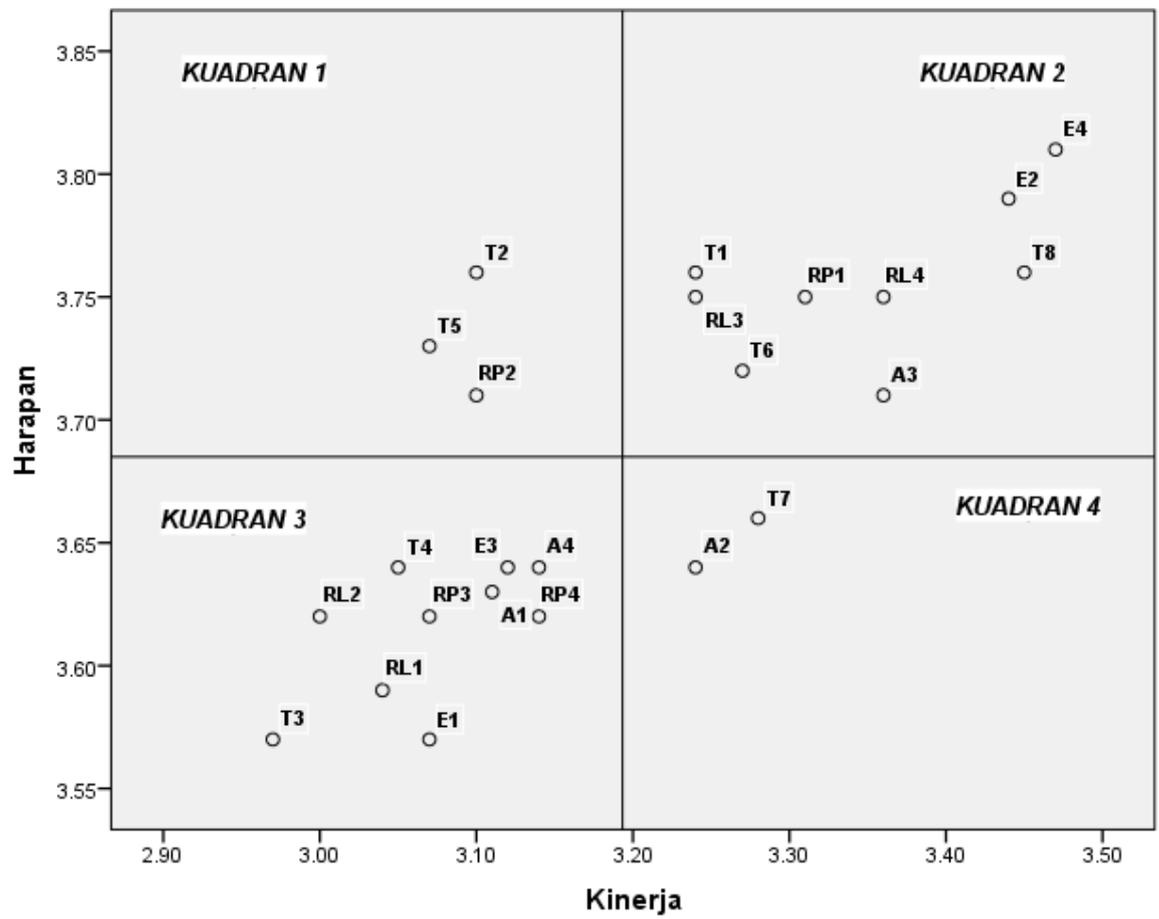
		Statistics									
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	X1	
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mean		3.7600	3.7600	3.5700	3.6400	3.7300	3.7200	3.6600	3.7600	29.6000	
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	31.0000	
Sum		376.00	376.00	357.00	364.00	373.00	372.00	366.00	376.00	2960.00	

		Y9	Y10	Y11	Y12	X2
N	Valid					
	Missing					
Mean						
Median						
Sum						

		Y13	Y14	Y15	Y16	X3
N	Valid					
	Missing					
Mean						
Median						
Sum						

		Y17	Y18	Y19	Y20	X4
N	Valid					
	Missing					
Mean						
Median						
Sum						

		Y21	Y22	Y23	Y24	X5
N	Valid					
	Missing					
Mean						
Median						
Sum						

Lampiran 9. Diagram Kartesius (*Importance Performance Analysis*)

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian

- Buku Tamu Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes



- Fasilitas Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes





- Suasana Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes



- Dokuemtasi Riset



Lampiran 11. Wawancara Pra Riset / *Survey* dan Riset

- **Pra Riset / *Survey***

1. Bagaimana fasilitas yang ada di Makam Syekh Ahmad Badawi ?
2. Apakah fasilitas di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes sudah sesuai dengan harapan pengunjung ?
3. Apakah petugas Makam selalu ada di Makam baik itu pengelola dan guru kunci ?
4. Apakah petugas memberikan informasi yang akurat terhadap pengunjung dari segi pelayanan ?
5. Apakah ada petugas pengganti di Makam Syekh Ahmad Badawi jika pengelola tidak ada ?
6. Jelaskan ketanggapan pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi dalam menangani pengunjung ?
7. Apakah pengelola di Makam Syekh Ahmad Badawi mampu mengatasi masalah yang ada di makam ?
8. Apakah pengelola memberikan solusi terkait permasalahan yang ada ?
9. Sejauh mana pengelola memberikan penjelasan terkait dengan kualitas pelayanan ?
10. Apakah pengelola selalu ada di makam ketika pengunjung membutuhkan ?
11. Apakah pengelola memperlakukan pengunjung dengan baik ?
12. Berapa kali anda mengunjungi Makam Syekh Ahmad Badawi ?
13. Apakah anda sudah merasa puas ketika berkunjung ke Makam Syekh Ahmad Badawi ?

- **Riset**

1. Bagaimana sejarah Kyai Ahmad Badawi Ketanggan Brebes ?
2. Terdapat Makam siapa aja yang ada di komplek Makam Syekh Ahmad Badawi ?
3. Kyai Ahmad Badawi lahir dimana dan keturunan dari amana ?
4. Apa saja keistimewaan Kyai Ahmad Badawi ?
5. Makam ini ada dari tahun berapa ?
6. Kyai Badawi keturunan siapa dan mempunyai berapa bersoudara ?
7. Apa saja penginggal beliau yang masih ada sampe sekarang ?

Lampiran 12. Surat permohonan ijin pra riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 3760/Un.10.4/K/KM.05.01/09/2022
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Pra Riset

Semarang, 21 September 2022

Kepada Yth.
Pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

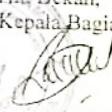
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Iis Khoerotunnisa
NIM : 1901036148
Jurusan : Manajemen Dakwah
Rencana Judul Skripsi : "Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) "

Bermaksud melakukan kegiatan pra riset di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An, Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

SITI BARARAH

Tembusan :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo (sebagai laporan)

Lampiran 13. Surat Permohonan ijin riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 204/Un.10.4/K/KM.05.01/01/2023

12 Januari 2023

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.
Pengelola Makam Syekh Ahmad Badawi
di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Iis Khoerotunnisa
NIM : 1901036148
Jurusan : Manajemen Dakwah
Lokasi Penelitian : Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA)

Bermaksud melakukan riset penggalian data di Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha



MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Lampiran 14. Surat Format penggantian judul


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jl. Prof. Dr. Hamka Semarang 50185
 Telepon (024)7606405, Faksimili (024)7606405, Website: fdk.walisongo.ac.id

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Iis Khoerotunnisa
 NIM : 1901036148
 Semester : 8

Berdasar hasil sidang ~~komprehensif~~ ^{Skripsi} Berdasar masukan pendulumlang maka ada penggantian judul

a. ~~Judul Proposal~~/Skripsi awal
 "Strategi Pengelolaan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*"

Rumusan Pokok Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes?
2. Strategi apa saja yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Makam Syekh ahmad Badwi Ketanggungan Brebes?

b. ~~Judul Proposal~~/Skripsi Pengganti Skripsi:
 "Analisis Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Objek Wisata Religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes"

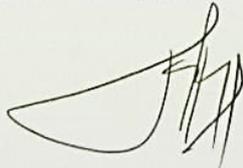
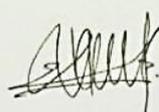
Rumusan Pokok Masalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes?
2. Faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata religi Makam Syekh Ahmad Badawi Ketanggungan Brebes?

Demikian surat ini dibuat untuk dijadikan pertimbangan dan mendapatkan persetujuan

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Semarang, 13 Juni 2023

Ketua Sidang/Pembimbing  <u>Fania Mutiara Savitri, M.M</u> NIP. 19900507201903201	Ketua Jurusan  <u>Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd</u> NIP. 1967082319930302003	Yang Mengajukan  <u>Iis Khoerotunnisa</u> NIM. 190306148
---	---	--

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Iis Khoerotunnisa

Temat, Tanggal Lahir : Brebes, 03 Maret 2001

Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

No. Hp : 08381683086

Email : 03iiskhoerotunnisa@gmail.com

Alamat : Cikeusal Kidul RT 02 RW 02, Ketanggungan,
Brebes, Jawa Tengah

Orang Tua : Budi Santoso dan Aeni Nadiroh

Jenjang Pendidikan Formal

Tahun 2005-2007 : RA Perwanida Al-Adhhar Cikeusal Kidul,
Kecamatan Ketanggungan Brebes

Tahun 2007-2013 : MI Al-adhar 02 Cikeusal Kidul, Ketanggungan
Brebes

Tahun 2013-2016 : MTs Nu Putri 3 BPC

Tahun 2016-2019 : MAN 3 Cirebon

Tahun 2019-Sekarang : UIN Walisongo Semarang

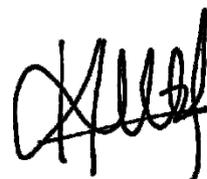
Pengalaman Organisasi

1. Anggota IPPNU Ranting Cikeusal Kidul, Kecamatan Ketanggungan Brebes periode 2019
2. Anggota Lukisan Kaca MAN 3 Cirebon Periode 2018- 2019
3. Pengurus Korp Da'i Islam (KORDAIS) UIN Walisongo Semarang periode 2020-2023
4. Sekretaris Kopri PMII Rayon Dakwah Komisariat UIN Walisongo Semarang periode 2020-2021
5. Sekretaris Partai DPW PMD Dakwah UIN Walisongo Semarang periode 2020-2021
6. Pengurus HMJ Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang periode 2020- 2021
7. Bendahara Ikatan Mahasiswa Ketanggungan Selatan (IMKAS) periode 2020-sekarang
8. Pengurus Forum Mahasiswa Buntet Pesantren Cirebon (FORMASI BPC) periode 2020-2021
9. Anggota Keluarga Pelajar Mahasiswa Daerah Brebes (KPMDB) periode 2019

Demikian daftar riwayat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 18 Februari 2023

Yang Menyatakan



Iis Khoerotunnisa

NIM. 1901036148