

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RELIGI MASJID  
RAYA BAITURRAHMAN SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Manajemen Dakwah (MD)**

Oleh :

Intan Yusniza

2001036071

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

**2024**

## NOTA PEMBIMBING



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](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Lampiran : 1 (satu) 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 perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi mahasiswa:

Nama : Intan Yusniza  
NIM : 2001036071  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Manajemen Dakwah (MD)  
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

Dengan ini kami setuju dan oleh karenanya, mohon untuk segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 09 September 2024

Dosen Pembimbing

**Lukmanul Hakim, M. Sc**

**NIP. 19910115201931010**

## LEMBAR PENGESAHAN



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](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

### PENGESAHAN SKRIPSI

#### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RELIGI MASJID RAYA BAITURRAHMAN SEMARANG

Disusun Oleh : Intan Yumniza (2001036071)

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Hari/Tanggal : Rabu, 25 September 2024 dan dinyatakan telah **LULUS** memenuhi  
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

#### Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I

Dedv Susanto, M.S.I  
NIP. 198105142007101001

Sekretaris/Penguji II

Dr. Saerozi, M.Pd  
NIP. 197106051998031004

Penguji III

Ariana Suryorini, M.MSI  
NIP. 197709302005012002

Penguji IV

Lukmanul Hakim, M.Sc  
NIP. 199101152019031010

Mengetahui Pembimbing

Lukmanul Hakim, M.Sc  
NIP. 199101152019031010

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

27 Oktober 2024

Prof. Dr. Fauzi, M.Ag  
NIP. 197205171998031003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan manapun. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan. Sumber data pada penelitian ini dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 09 September 2024

Yang Menyatakan



Intan Yusniza

NIM. 2001036071

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah yang Maha Pemurah lagu Maha Penyayang yang sudah memberi kemudahan, kelancaran, beserta nikmat sehat selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Semoga shalawat beserta salam senantiasa tercurah pada Sang Kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW., yang memimpin umat manusia menuju jalan yang lurus.

Atas izin Allah SWT, penulisan skripsi berjudul “**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**” telah selesai. Penyelesaian skripsi ini merupakan prasyarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar. Ali, M. Ag., Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Prof. Dr. Moh. Fauzi, M. Ag., sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Dedy Susanto, S. Sos. I, M. S. I serta Bapak Lukmanul Hakim, M. Sc., yang menjabat sebagai Ketua serta Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Bapak Lukmanul Hakim, M. Sc.. Dosen pembimbing sekaligus dosen wali studi yang selalu bersedia luangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing peneliti menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Para dosen jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sudah menyampaikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa studi.
6. Pimpinan Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang atas izin dan layanan perpustakaan yang sangat membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi.
7. Pengurus Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang sudah memberi kesempatan pada peneliti guna mendapatkan data penelitian.

8. Semua responden yang telah menyempatkan waktu untuk membantu peneliti melakukan peneliti.
9. Bapak tercinta, H. Moh. Muntoha yang doanya tak pernah putus demi kelancaran kuliah peneliti serta Ibu tersayang, Hj. Yuni'atin (Alm) yang telah lebih dahulu dipanggil Allah pada tahun 2021 tetapi peneliti yakin akan kasih sayang beliau yang tidak pernah hilang dan terbatas dimensi alam.
10. Kakak Rodhiyah Nur Zulaikhoh, S.E., yang selalu bersedia memberi dorongan, saran, serta masukan pada peneliti, beserta memenuhi serta menyediakan fasilitas penunjang yang mumpuni dalam kelangsungan masa studi peneliti.
11. Kakak Amron Badriza, S. Kom., dan Adik Rizky Asih Nur Annisa yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti dalam masa perkuliahan.
12. Untuk teman terbaik, Eka Kusuma Wardani dan Riski Khoirun Nisa yang selalu berada di sisi peneliti baik dalam keadaan susah maupun senang, serta menjadi tempat terbaik untuk bercerita mengenai dunia perkuliahan dan isinya.
13. Untuk sanak keluarga besar yang peduli dengan anggota keluarga peneliti dan seringkali memberikan dukungan doa dan materiil.
14. Untuk teman-teman PPL Baznas Kab. Semarang serta Manajemen Dakwah angkatan 2020, terima kasih sudah kebersamai dan memberi bantuan peneliti dalam masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
15. Serta seluruh pihak yang sudah membantu peneliti selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan secara rinci.

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya pada semua pihak yang sudah disebutkan di atas. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan berlipat ganda.

Semarang, 09 Agustus 2024

Intan Yusniza

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Atas izin Allah SWT

Saya dedikasikan karya ini untuk diri saya sendiri yang telah mampu bertahan hingga detik ini, yang tidak mudah menyerah dengan keadaan dan mampu melawan semua ‘keterbatasan’ dan ‘ketidakmungkinan’.

Teruntuk yang tercinta, Bapak H. Moh. Muntoha dan Ibu Hj. Yuni’atin (Alm)

Serta saudara kandung saya, Kakak Amron Badriza, S. Kom., Kakak Rodhiyah Nur Zulaikhoh, S. E., dan Adik Rizky Asih Nur Annisa

## MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ  
وَالِيهِ النُّشُورُ

*“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”*

(Q.S Al- Mulk : 15)

## ABSTRAK

Intan Yusniza. 2001036071. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di sebuah objek atau destinasi wisata. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, maka pihak pengelola wisata bisa melaksanakan perencanaan guna pengembangan objek wisata dengan tepat. Objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang mempunyai potensi besar untuk lebih dikembangkan. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui: 1) pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan 2) pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan 3) pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

Variabel penelitian ini mencakup variabel independen (X) yakni daya tarik wisata (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3) serta variabel dependen (Y) yakni minat berkunjung. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif. Populasi penelitian ini ialah wisatawan yang sedang atau pernah mengunjungi Masjid Raya Baiturrahman, Semarang. Teknik pengambilan sampel mengenakan *purposive sampling* dengan rumus Hair et.al (2017) sejumlah 120 responden. Teknik pengumpulan data mengenakan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form*. Analisis data mengenakan analisis regresi berganda dengan program statistik IBM SPSS *Statistic* versi 25.

Hasil penelitian memperlihatkan jika *pertama*, terdapat pengaruh daya tarik wisata (X1) terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) di Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $<$  derajat kesalahan 5% yakni sejumlah  $0,006 < 0,05$  serta nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yakni sejumlah  $2,815 > 1,981$ . *Kedua*, terdapat pengaruh aksesibilitas (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) di Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $<$  derajat kesalahan 5% yakni sejumlah  $0,001 < 0,05$  serta nilai t-hitung  $>$  t-tabel sejumlah  $3,339 > 1,981$ . *Ketiga*, terdapat pengaruh fasilitas (X3) terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) di Masjid Raya Baiturrahman Semarang dibuktikan dengan nilai signifikansi  $<$  dari derajat kesalahan 5% yakni sejumlah  $0,012 < 0,05$  serta nilai t-hitung  $>$  t-tabel sejumlah  $2,567 > 1,981$ . Sedangkan untuk pengaruh ketiga variabel X terhadap Y ialah sejumlah 0,458 ataupun sebesar 45,8%.

**Kata kunci:** *Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Minat Berkunjung, Masjid Raya Baiturrahman Semarang*

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
A. Wisata Religi .....	13
1. Definisi Wisata Religi.....	13
2. Jenis-jenis Wisata Religi.....	14
3. Manfaat Wisata Religi .....	15
B. Masjid .....	17
1. Definisi Masjid.....	17
2. Fungsi-fungsi Masjid .....	18
C. Daya Tarik Wisata .....	19
1. Daya Tarik Wisata .....	19
2. Jenis-jenis Daya Tarik Wisata .....	22

3. Daya Tarik Wisata Minat Khusus Masjid.....	23
D. Aksesibilitas.....	25
E. Fasilitas .....	26
F. Minat Berkunjung .....	28
G. Kerangka Berpikir .....	29
H. Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	31
B. Variabel dan Instrumen Penelitian.....	31
C. Definisi Operasional .....	32
D. Sumber dan Jenis Data.....	33
E. Populasi dan Sampel.....	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	37
1. Validitas instrumen .....	37
2. Reliabilitas instrumen .....	38
H. Teknik Analisis Data .....	38
1. Metode Analisis Data.....	38
2. Uji Asumsi Klasik.....	39
3. Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>43</b>
A. Deskripsi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	43
1. Lokasi Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	43
2. Sejarah dan Latar Belakang Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	45
3. Visi dan Misi Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	48
4. Susunan Kelembagaan Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	48
5. Kondisi Fisik Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	50
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	55
1. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	55

2. Identitas responden berdasarkan usia.....	56
3. Identitas responden berdasarkan kota/kabupaten domisili .....	56
4. Identitas responden berdasarkan pekerjaan .....	57
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Deskripsi Data Statistik .....	58
1. Daya Tarik Wisata (X1).....	59
2. Aksesibilitas (X2) .....	62
3. Fasilitas (X3).....	65
4. Minat Berkunjung (Y).....	68
B. Pengujian Prasyarat Analisis .....	71
1. Uji Validitas Instrumen.....	71
2. Uji Reliabilitas Instrumen .....	73
C. Uji Asumsi Klasik .....	76
1. Uji Normalitas.....	76
2. Uji Multikolinearitas .....	77
3. Uji Heteroskedastisitas.....	78
D. Uji Hipotesis .....	79
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
2. Uji t (Parsial).....	80
3. Uji Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	81
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
1. Tingkat Daya Tarik Wisata Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	82
2. Tingkat Aksesibilitas menuju Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	84
3. Tingkat Fasilitas yang disediakan di Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.....	86
4. Tingkat Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	88
5. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan .....	90
F. Keterbatasan Penelitian .....	92

BAB VI .....	94
PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert .....	36
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen.....	36
Tabel 4.1	Susunan kelembagaan Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	49
Tabel 4.2	Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
Tabel 4.3	Identitas responden berdasarkan usia .....	56
Tabel 4.4	Identitas responden berdasarkan kota/kabupaten domisili.....	56
Tabel 4.5	Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	57
Tabel 5.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 5.2	Pembagian Kategori Variabel Daya Tarik Wisata .....	60
Tabel 5.3	Kriteria Variabel Daya Tarik Wisata .....	60
Tabel 5.4	Distribusi Frekuensi Daya Tarik Wisata .....	61
Tabel 5.5	Pembagian Kategori Variabel Aksesibilitas.....	63
Tabel 5.6	Kriteria Variabel Aksesibilitas .....	63
Tabel 5.7	Distribusi Frekuensi Aksesibilitas.....	64
Tabel 5.8	Pembagian Kategori Variabel Fasilitas .....	66
Tabel 5.9	Kriteria Variabel Aksesibilitas .....	66
Tabel 5.10	Distribusi Frekuensi Fasilitas .....	67
Tabel 5.11	Pembagian Kategori Variabel Minat Berkunjung.....	69
Tabel 5.12	Kriteria Variabel Minat Berkunjung .....	69
Tabel 5.13	Distribusi Frekuensi Minat Berkunjung.....	70
Tabel 5.14	Validitas Variabel Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Minat Berkunjung .....	72
Tabel 5.15	Hasil Uji Reliabel Variabel X1 .....	74
Tabel 5.16	Hasil Uji Reliabel Variabel X2 .....	74
Tabel 5.17	Hasil Uji Reliabel Variabel X3 .....	75
Tabel 5.18	Hasil Uji Reliabel Variabel Y .....	75
Tabel 5.19	Hasil Uji Normalitas .....	76
Tabel 5.20	Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 5.21	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78

Tabel 5.22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 5.23 Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 5.24 Klasifikasi TCR.....	82
Tabel 5.25 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Arsitektural ....	82
Tabel 5.26 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Eco-Mosque ...	83
Tabel 5.27 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Sosial dan Budaya.....	83
Tabel 5.28 Distribusi Jawaban Responden Indikator Rute Jalan Menuju Destinasi. .....	84
Tabel 5.29 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kondisi Jalan Menuju Destinasi .....	85
Tabel 5.30 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Transportasi Umum.....	85
Tabel 5.31 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Perlengkapan Sholat.....	86
Tabel 5.32 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Tempat Wudhu dan Toilet.....	87
Tabel 5.33 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Tempat Parkir	88
Tabel 5.34 Distribusi Jawaban Responden Indikator Mencari Informasi Terkait Destinasi .....	88
Tabel 5.35 Distribusi Jawaban Responden Indikator Merekomendasikan ke Orang Lain.....	89
Tabel 5.36 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tertarik Untuk Berkunjung Kembali .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Peta Google Maps Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	44
Gambar 4.2 Penampakan Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	44
Gambar 4.3 Menara Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	52
Gambar 4.4 Tempat Sholat Jama'ah Pria Masjid Raya Baiturrahman Semarang	52
Gambar 4.5 Tempat Sholat Jama'ah Wanita Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	53
Gambar 4.6 Tempat Wudhu Perempuan Masjid Raya Baiturrahman Semarang..	53
Gambar 4.7 Kamar Mandi Perempuan Masjid Raya Baiturrahman Semarang ....	54
Gambar 4.8 Penampakan Kolam Air Mancur Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	54
Gambar 4.9 Tempat Parkir Sebelah Utara Masjid Raya Baiturrahman Semarang	55
Gambar 5.1 Penilaian Responden Terhadap Daya Tarik Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	59
Gambar 5.2 Persentase Skor Responden Variabel Daya Tarik Wisata.....	62
Gambar 5.3 Penilaian Responden Terhadap Aksesibilitas Menuju Lokasi Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	62
Gambar 5.4 Persentase Skor Responden Variabel Aksesibilitas .....	65
Gambar 5.5 Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Yang Disediakan Oleh Masjid Raya Baiturrahman Semarang .....	65
Gambar 5.6 Persentase Skor Responden Variabel Fasilitas.....	68
Gambar 5.7 Penilaian Responden Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan.....	68
Gambar 5.8 Persentase Skor Responden Variabel Minat Berkunjung .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 1.2 Rekapitulasi Hasil Angket Variabel Daya Tarik Wisata (X1) dan Aksesibilitas (X2) .....	103
Lampiran 1.3 Rekapitulasi Hasil Angket Variabel Fasilitas (X3) dan Minat Berkunjung (Y) .....	108
Lampiran 1.4 Distribusi Nilai t-tabel .....	113
Lampiran 1.5 Distribusi Nilai r-tabel Signifikansi 5% dan 1% .....	115
Lampiran 1.6 Uji Validitas Instrumen Variabel Daya Tarik X1.....	116
Lampiran 1.7 Uji Validitas Instrumen Variabel Aksesibilitas (X2) .....	118
Lampiran 1.8 Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas (X3).....	120
Lampiran 1.9 Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berkunjung (Y).....	122
Lampiran 1.10 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Daya Tarik Wisata (X1) ....	124
Lampiran 1.11 Uji Validitas Instrumen Variabel Aksesibilitas (X2) .....	124
Lampiran 1.12 Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas (X3).....	124
Lampiran 1.13 Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berkunjung (Y).....	124
Lampiran 1.14 Hasil Uji Normalitas .....	125
Lampiran 1.15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	126
Lampiran 1.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	126
Lampiran 1.17 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	127
Lampiran 1.18 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	127
Lampiran 1.19 Output SPSS Distribusi Jawaban Responden .....	128
Lampiran 1.20 Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	130

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata telah jadi penyumbang devisa terbesar ketiga sesudah kelapa sawit serta batu bara. Pariwisata itu sendiri terdapat banyak jenisnya yang terus bertambah sesuai dengan perkembangan tren wisata, yakni wisata alam (pegunungan, pantai, sungai, air terjun), wisata kuliner (makanan khas dari berbagai daerah), wisata budaya atau sejarah (museum, candi-candi, bangunan bersejarah), wisata minat khusus, dan lain-lain. Indonesia memiliki potensi besar untuk wisata religi selain potensi pariwisata yang luar biasa karena melimpahnya sumber daya alam. Sudah diketahui umum bahwa umat Islam merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Umat Islam memberikan makna khusus pada beberapa bangunan atau lokasi bersejarah.

Berdasarkan data statistik dari kajian Kementerian Pariwisata yang digunakan untuk menyusun daftar destinasi wisata prioritas, wisata budaya menjadi destinasi wisata utama Indonesia, dengan porsi mencapai 60% dari seluruh destinasi wisata lainnya. Wisata budaya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu wisata religi, wisata kota dan desa, serta wisata belanja. Dari semua jenis wisata, 20% orang berminat untuk mengunjungi tempat-tempat yang berkaitan dengan agama. Dengan demikian, dapat dikatakan jika minat terhadap wisata religi di Indonesia menggapai 12% dari seluruh minat wisatawan<sup>1</sup>. Hal ini bisa menjadi pendorong untuk terus meningkatkan strategi pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata religi agar tidak kalah saing dengan jenis wisata lainnya.

Wisata religi yaitu salah satu jenis pariwisata berhubungan dengan kepercayaan agama manusia maupun ciri-ciri agama. Pariwisata religi juga dapat diartikan sebagai perjalanan ke suatu lokasi memiliki arti penting guna

---

<sup>1</sup> Sari Narulita, Humaidi, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajidi, Umi Humaeroh, *Pariwisata Halal: Potensi Wisata Religi Di DKI Jakarta*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020), hal.3.

penganut agama tertentu, seperti mengunjungi beberapa tempat ibadah yang memiliki manfaat atau ciri khas tersendiri. Keahlian ini dapat berakar pada sejarah lokal, seperti cerita atau tradisi, atau dapat juga berupa desain arsitektur bangunan yang khas. Tujuan dan sasaran wisatawan untuk mendapatkan berkah dalam hidup mereka juga sama dengan wisata religi. Al-Qur'an memuji orang-orang yang bertobat dari dosa-dosanya, mengabdikan dan menyembah Allah, menundukkan diri, menunjukkan rasa hormat kepada-Nya, melarang kejahatan, dan menaati perintah-Nya. Al-Qur'an juga memuji orang-orang yang bepergian untuk tujuan *ibrah* atau perjalanan dan pelajaran<sup>2</sup>.

Orang-orang beriman di seluruh dunia sekarang menganggap wisata religi sebagai kebutuhan spiritual. Berziarah ke tempat-tempat suci kini dianggap lebih dari sekadar cara mengamalkan ajaran agama, tetapi sudah berkembang jadi kebiasaan yang mesti dipatuhi dengan saksama dan dalam jangka waktu tertentu. Wisata religi digambarkan sebagai perjalanan ke suatu lokasi yang memiliki makna khusus guna komunitas agama tertentu dengan tujuan luas untuk memperkuat keimanan seseorang dan memenuhi kebutuhan spiritual melalui kunjungan ke lokasi yang terkait dengan peristiwa bersejarah, tokoh terkenal, dan tempat ibadah. Sedangkan konsep wisata religi dalam agama Islam berarti kegiatan mendatangi tempat-tempat tertentu seperti masjid dan makam atau yang sering disebut dengan *ziarah*.

Menurut informasi yang disampaikan Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, saat ini terdapat 299.644 masjid di Indonesia, terdiri dari masjid besar, agung, jami', dan bersejarah yang tersebar di beberapa daerah<sup>3</sup>. Sedangkan di wilayah Kota Semarang jumlah masjid yang terdaftar berjumlah 1.537 masjid. Di antara berbagai masjid tersebut, ada beberapa yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun

---

<sup>2</sup> Moch. Chotib, *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember*, (IAIN Jember Press, 2015), hal.27.

<sup>3</sup> <https://simas.kemenag.go.id/> (Diakses pada 12 November 2023 pukul 13.56 WIB)

mancanegara. Beberapa masjid, seperti Masjid Kapal dan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) sering dikunjungi karena keunikan dan popularitasnya. Meskipun demikian, beberapa masjid, seperti Masjid Agung Kauman, Masjid Agung Jatisari, Masjid Agung Baiturrahman, dan lainnya, juga sering dikunjungi karena kegiatan keagamaan.

Masjid merupakan simbol dan sarana utama bagi pembentukan masyarakat Islam. Pada hakikatnya, masjid dibangun untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam hal ibadah dan kegiatan keagamaan lainnya. Masjid akan menjadi tempat berlangsungnya kajian agama, yang akan dihadiri oleh masyarakat Muslim. Tidak hanya itu, kebanyakan masjid juga terdapat madrasah-madrasah yang dibangun di sekelilingnya sebagai pusat pendidikan. Pada masa awal Islam, masjid ialah tempat yang digunakan sebagai pusat kajian Islam dan juga sekaligus sebagai tempat untuk memutuskan hukum Islam<sup>4</sup>. Selain untuk menyebarkan ajaran agama, secara tidak langsung peran sebuah masjid juga penting untuk memperbaiki moral dan akhlak masyarakat muslim.

Sofyan Safri mengatakan bahwa bagi kaum Muslim, sebuah masjid ialah pusat segala pusat kegiatan<sup>5</sup>. Masjid tidak hanya berperan sebagai pusat ibadah khusus semacam mendirikan shalat serta i'tikaf (berdiam diri) saja, melainkan juga digunakan sebagai pusat kebudayaan dan kegiatan mu'amalah masyarakat Muslim. Hal ini telah terbukti ketika pada zaman Rasulullah hidup hingga zaman kemajuan teknologi serta politik seperti pada masa sekarang. Masjid tidak hanya sekedar sebagai tempat ibadah, tapi memiliki banyak fungsi diantaranya: pusat kegiatan umat, tempat pendidikan, pusat politik, dan wadah manajemen ekonomi umat<sup>6</sup>. Dari fungsi tersebut, terlihat jelas bahwa urgensi sebuah masjid tidak hanya terlihat pada nilai agama (ibadah), tetapi juga mengandung nilai sosial.

---

<sup>4</sup> Erlina Gusnita dan M. Tedy Rahardi, *Peran Masjid Dalam Meningkatkan Pendidikan Islam Masyarakat Pulau Penyengat*, (Bintan: STAIN Sultan Abdurrahman Press, 2019), hal.3.

<sup>5</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal.14.

<sup>6</sup> Sari Narulita et.al, *Pariwisata Halal: Potensi...*, hal.17.

Masjid Raya Baiturrahman ialah masjid besar berlokasi di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. Lokasinya sangat strategis yakni berlokasi di pusat kota tepatnya kawasan simpang lima Semarang. Masjid Baiturrahman jadi salah satu destinasi wisata religi yang kerap disinggahi para wisatawan muslim yang ingin menunaikan sholat maupun sekedar beristirahat atau transit saat melakukan perjalanan. Selain strategis, tata bangunan yang megah serta menarik jadi daya tarik tersendiri bagi masjid ini. Bangunan masjid memiliki gaya arsitektur Jawa yang ditandai dengan atap limasan. Di sebelah kanan masjid terdapat menara untuk mengumandangkan adzan dan di area halaman masjid terdapat kolam yang dilengkapi air mancur serta taman terbuka hijau yang memberikan kesan segar dan nyaman dipandang. Di dalam masjid, di sisi kanan tertulis kaligrafi nama Allah SWT, sedangkan di sisi kiri tertulis tulisan Nabi Muhammad SAW. serta dikelilingi aneka ornamen berwarna coklat yang berkilauan di atas kubah.

Masjid Baiturrahman selain digunakan sebagai tempat shalat berjamaah, juga menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan yang dikelola oleh remaja masjid, di antaranya seperti pengajian dan kajian rutin, kegiatan peringatan Hari Besar Islam, kegiatan pendidikan Taman Pendidikan Al-Qur'an atau TPA, Madrasah, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat), kegiatan sosial ekonomi melalui koperasi masjid, dan sebagainya. Masjid Baiturrahman juga terdapat fasilitas yang cukup memadai seperti area parkir, kantor sekretariat, perpustakaan, koperasi, tempat penitipan sepatu dan sandal, tempat wudhu, kamar mandi, penyejuk udara atau AC, lift untuk penyandang disabilitas, ibu hamil dan lanjut usia, serta perlengkapan ibadah seperti mukena, sajadah serta sarung. Di masjid ini pula terdapat organisasi keagamaan pemuda dengan nama Ikatan Remaja dan Pemuda Masjid Raya Baiturrahman Semarang atau yang disingkat dengan IKAMABA.

Masjid Baiturrahman terkenal dengan tangga berundak dan kolam air mancur di halaman masjidnya menjadikan daya tarik dan ciri khas utama

dari masjid ini. Pemandangan simpang lima dan Kota Semarang yang bisa dilihat dari lantai duanya pula jadi salah satu daya tarik tersendiri bagi sebagian besar pengunjung masjid ini. Oleh karena itu, sebab berlokasi di tengah kota serta dekat dengan pusat perbelanjaan, Masjid Baiturrahman tidak pernah sepi pengunjung. Mereka mengunjungi masjid dengan berbagai macam niat dan tujuan. Banyak pengunjung yang berdatangan ke Masjid Baiturrahman untuk menikmati arsitekturnya yang indah, menghadiri kajian keagamaan yang rutin, dan ada juga yang sekedar bermain-main di halaman dan taman masjid.

Menurut Suwarno, ada beberapa unsur penentu yang mempengaruhi keputusan dan minat seseorang dalam memilih destinasi tujuan wisata (DTW). Dengan memahami variabel-variabel yang memengaruhi keputusan berkunjung tersebut, maka manajemen dan perencanaan pariwisata diharapkan dapat melaksanakan pengembangan dan perencanaan yang tepat demi kelangsungan daya tarik wisata dalam jangka panjang<sup>7</sup>. Prasarana dan fasilitas yang dapat diakses wisatawan saat menuju dan dari lokasi wisata dapat memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung, dan ini merupakan salah satu unsur yang memengaruhi faktor atribut produk wisata. Keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, beberapa di antaranya adalah daya tarik atau objek wisata, fasilitas atau amenities, dan aksesibilitas. Ini adalah beberapa kualitas produk. Jadi, dapat dikatakan jika ada banyak faktor yang bisa pengaruhi minat seorang dalam mengunjungi sebuah destinasi wisata.

Dalam kepariwisataan, komponen 4A (*Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary*) menjadi acuan yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata. Berbeda dengan penelitian-penelitian yang menggunakan komponen pariwisata 4A, dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan komponen 3A saja sebagai variabel penelitian, yakni

---

<sup>7</sup> Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, Vol 3, No. 2 (2020):153-154

*Attraction* (daya tarik), *Amenities* (fasilitas), dan *Accessibility* (aksesibilitas). Adapun alasannya adalah bahwa komponen 3A tersebut sudah cukup memenuhi tujuan yang diharapkan peneliti. Disamping itu komponen *Ancillary* yakni fasilitas tambahan yang mendukung kepariwisataan semacam organisasi/lembaga pengelolaan, *travel agent*, serta *stakeholder* tidak terlibat langsung dalam lapangan sehingga keberadaannya tidak terlalu berpengaruh.

Bersumber dari pemaparan latar belakang masalah, wisata religi kini banyak peminatnya bahkan terus meningkat salah satunya yaitu di Masjid Raya Baiturrahman Semarang. Oleh karena pentingnya mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga peneliti tertarik guna melaksanakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Masjid Baiturrahman Semarang yang dikemas dalam skripsi berjudul “**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Peneliti mengangkat tiga pokok permasalahan bersumber pada latar belakang yang menjadi acuan penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan pemaparan latar belakang beserta rumusan masalah yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Secara Teoritis**

- a) Dari hasil penelitian ini diharap bisa menambah khazanah keilmuan pada jurusan Manajemen Dakwah serta jadi referensi terkait apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ke Masjid Baiturrahman Semarang.
- b) Dapat dijadikan rujukan bagi kepentingan akademik pada disiplin ilmu dakwah dan memahami wisata minat khusus yakni wisata religi masjid Raya Baiturrahman Semarang.

##### **2. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharap bisa:

- a) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini bisa jadikan masukan, acuan serta pertimbangan dalam penyusunan kebijakan sosial agama, sosial budaya serta kepariwisataan.
- b) Bagi pengelola Masjid Raya Baiturrahman Semarang, penelitian ini dapat dijadikan masukan guna meningkatkan dan mengembangkan masjid sebagai objek wisata religi.
- c) Bagi dunia akademik (Perguruan Tinggi), penelitian ini berfungsi sebagai data pelengkap bagi penelitian terdahulu yang sejenis, dan juga sebagai sumber perbandingan dan bahan penelitian tambahan bagi penelitian sejenis selanjutnya.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka ialah telaah yang dilakukan dengan tujuan guna terhindar dari plagiasi dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti mencantumkan penelitian yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini.

Dengan adanya penulisan tinjauan pustaka, peneliti dapat membedakan persamaan serta perbedaan dengan penelitian sebelumnya.

*Pertama*, penelitian Rifda Milati Hanifa Karsana pada tahun 2023 berjudul “*Pengaruh Islamic Attributes, Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Bandung Barat*”<sup>8</sup>. Tujuan dilakukan penelitian tersebut yaitu untuk mengembangkan konsep wisata halal pada objek wisata yang sudah tersedia serta populer di Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian memakai metode kuantitatif melalui survei yaitu dengan penyebaran *google form*. Hasil penelitian yang dilaksanakan Rifda Milati memperlihatkan jika faktor *islamic attributes*, aksesibilitas atau kemudahan akses informasi menuju tempat wisata dan citra destinasi yang memiliki keunikan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Bandung Barat.

Ada berbagai persamaan serta perbedaan yang dipakai penelitian ini dengan penelitian Rifda Milati. Persamaannya ialah mengenakan variabel aksesibilitas sebagai variabel bebas untuk mengukur minat kunjungan wisatawan. Sementara itu perbedaannya ialah terletak pada objek penelitian serta variabel lain yang dipakai untuk mengukur minat kunjungan. Objek penelitian Rifda Milati di wisata Kabupaten Bandung Barat, sedangkan objek penelitian ini di wisata religi Masjid Baiturrahman Semarang. Variabel lain yang digunakan penelitian Rifda Milati yaitu variabel *islamic attributes* dan citra destinasi, sedangkan dalam penelitian ini mengenakan variabel lain yakni variabel daya tarik serta fasilitas.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Dian Ghani Reza Dasangga dan Ririn Tri Ratnasari pada tahun 2022 dengan judul “*Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan*”<sup>9</sup>. Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui dampak

---

<sup>8</sup> Rifda Milati Hanifa Karsana, “Pengaruh Islamic Attributes, Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Bandung Barat,” *Journal of Educational and Cultural Studies*, Vol 2, No. 2 (2023): 27–33.

<sup>9</sup> Dian Ghani Reza Dasangga dan Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi : Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan,” *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan* Vol 6, No. 2 (2022): 219–40.

kualitas destinasi halal pada daya tarik lokasi tersebut. Pengambilan sampel secara purposif dikombinasikan dengan metode kuantitatif dalam desain penelitian. Temuan penelitian memperlihatkan jika karakteristik destinasi halal berdampak positif serta signifikan pada daya tarik destinasi halal, yang pada gilirannya memengaruhi niat wisatawan Muslim untuk kembali ke destinasi halal. Ada berbagai persamaan serta perbedaan yang dipakai penelitian ini dengan penelitian Dian Ghani Reza Dasangga dan Ririn Tri Ratnasari. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel daya tarik, sementara itu perbedaannya pada objek penelitian.

*Ketiga*, penelitian yang dilaksanakan Iklima Aminatuz Zuhriah, et al. pada tahun 2022 berjudul “*Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang*”<sup>10</sup>. Tujuan penelitian tersebut yaitu guna mengetahui dampak atraksi wisata, aksesibilitas, fasilitas pendukung atau amenitas serta dukungan dari berbagai pihak penyelenggara wisata pada minat kunjungan di Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. Metode penelitian dipakai yaitu metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian oleh Iklima Aminatuz Zuhriah, et al., menunjukkan jika variabel *Attraction* serta *Ancillary* berpengaruh pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur. Sedangkan variabel *Accessibility* dan *Amenities* tidak berpengaruh pada minat berkunjung di Wisata Religi Makam Gus Dur.

Ada berbagai persamaan serta perbedaan yang digunakan penelitian ini dengan penelitian Iklima Aminatuz Zuhriah, et al. Persamaannya ialah sama-sama menggunakan variabel atraksi atau daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas atau amenitas guna mengukur minat berkunjung wisatawan ke objek wisata. Perbedaannya yaitu peneliti menggunakan objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman, Semarang.

---

<sup>10</sup> Iklima Aminatuz Zuhriah et al., “Dampak Attraction , Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang,” *Jurnal Tesla:Perhotelan -Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, Vol 2, No. 1 (2022): 1–11.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar pada tahun 2020 berjudul “*Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid*”<sup>11</sup>. Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui bagaimana aksesibilitas, fasilitas, serta daya tarik wisata mempengaruhi keputusan wisatawan untuk kunjungi Makam KH. Abdurrahman Wahid, sebuah tempat wisata religi. Pendekatan yang dipakai penelitian ini ialah kuantitatif. Hasil penelitian memperlihatkan bagaimana faktor-faktor yang berhubungan dengan aksesibilitas serta daya tarik wisata mempengaruhi keputusan wisatawan untuk kunjungi tempat wisata tersebut. Namun, pilihan untuk berkunjung tidak dipengaruhi oleh variabel amenitas.

Ada berbagai persamaan serta perbedaan yang dipakai penelitian ini dengan penelitian Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel atraksi atau daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas atau amenitas guna mengukur minat berkunjung wisatawan ke objek wisata. Sedangkan, perbedaannya yaitu peneliti menggunakan objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman, Semarang.

*Kelima*, penelitian yang dilaksanakan Gani Surya Miarsih dan Anwani pada tahun 2018 berjudul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta*”<sup>12</sup>. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui bagaimana minat wisatawan untuk mengunjungi Masjid Agung Kauman Yogyakarta dipengaruhi berbagai daya tarik wisata, fasilitas, serta aksesibilitas. Metode penelitian dipakai ialah metode kuantitatif. Hasil penelitian memperlihatkan jika meskipun tidak signifikan secara statistik, minat wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi secara positif oleh daya tarik wisata, barang, serta aksesibilitas. Namun, minat wisatawan untuk

---

<sup>11</sup> Muharromah dan Anwar, “Pengaruh Atraksi Wisata...,” hal. 152-164.

<sup>12</sup> Gani Surya Miarsih dan Anwani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta,” *Journal of Tourism and Economic*, Vol 1, No. 2 (2018): 117–23

berkunjung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh fasilitas. Hal ini memperlihatkan jika daya tarik dan aksesibilitas destinasi wisata tidak sepenuhnya menentukan keinginan wisatawan untuk berkunjung.

Ada berbagai persamaan serta perbedaan yang dipakai penelitian ini dengan penelitian Gani Surya Miarsih dan Anwani. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel atraksi atau daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas atau amenities guna mengukur minat berkunjung wisatawan ke objek wisata. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti menggunakan objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

## **F. Sistematika Penulisan**

Guna mempermudah pemahaman serta memberikan ringkasan singkat skripsi ini, peneliti telah menyusun dan menyajikan data sebagai berikut:

**BAB I** : Pendahuluan

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka serta sistematika penulisan.

**BAB II** : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori yang dikenakan pada penelitian, yakni faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

**BAB III** : Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang dikenakan guna membuktikan hipotesis dikenakan, yang memuat sumber serta jenis data, teknik pengumpulan data beserta teknik analisis data.

**BAB IV** : Gambaran Umum

Bab ini memuat gambaran secara garis besar terkait objek penelitian dan karakteristik data responden.

**BAB V** : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil data deskriptif, hasil uji data instrumen penelitian beserta pembahasannya.

**BAB VI** : Penutup

Bab ini mencakup kesimpulan tentang temuan penelitian, saran serta pernyataan penutup yang menunjukkan penyempurnaan yang dilakukan peneliti terhadap penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Wisata Religi

##### 1. Definisi Wisata Religi

Secara bahasa, pariwisata berarti *al-Siyahah*, *al-Rihlah* serta *al-Safar'* dalam bahasa arab atau *tourism* dalam bahasa Inggris. Sedangkan secara istilah, pariwisata ialah sebuah aktivitas ataupun kegiatan perjalanan yang dilaksanakan seseorang baik secara perorangan ataupun berkelompok dengan tujuan tertentu di dalam suatu wilayah dengan memakai jasa serta faktor penunjang lainnya yang telah disediakan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan<sup>13</sup>. Sedangkan definisi pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 yakni serangkaian kegiatan terkait pariwisata didukung sejumlah sumber daya serta fasilitas yang ditawarkan pemerintah daerah, pemilik bisnis, masyarakat, serta pemerintah pada umumnya<sup>14</sup>.

Menurut Aziz, Kata "agama" berakar dari kata Latin "*relegere*," yang berarti mengikuti aturan. Namun, di Indonesia, istilah "agama" telah berkembang menjadi kata "*religion*" yang menunjukkan hubungan yang eksklusif antara manusia dan Tuhan<sup>15</sup>. Agama meliputi praktik-praktik yang dimaksudkan untuk mendekatkan seseorang kepada Tuhan serta kepercayaan kepada makhluk-makhluk gaib atau supranatural yang berada pada tingkatan yang lebih tinggi daripada manusia.

Suparlan (1981) dikutip Amin Triyanto, mengatakan bahwa agama dipahami sebagai suatu sistem budaya, yang pada hakikatnya identik dengan budaya. Agama sebagai suatu sistem pengetahuan atau simbol dapat digunakan untuk membangun perangkat interaksi dan juga komunikasi dengan dunia luar. Sementara itu, ia mendefinisikan budaya

---

<sup>13</sup> Lukmanul Hakim, *Pariwisata Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2022), hal. 5.

<sup>14</sup> Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009*

<sup>15</sup> Sari Narulita et.al, *Pariwisata Halal: Potensi...*, hal.1.

sebagai keseluruhan pengetahuan manusia sebagai suatu entitas sosial, yang terdiri atas berbagai perangkat, model, dan sumber daya lain yang dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis lingkungan yang akan datang guna merumuskan tindakan yang tepat<sup>16</sup>. Sedangkan Mappi (2013) dalam Amin Triyanto memiliki pendapat yang berbeda dan lebih global mengenai wisata religi di mana wisata religi adalah jenis pariwisata yang menjadikan kunjungan ke suatu lokasi yang terkait dengan kepercayaan keagamaan sebagai tujuan, maksud, dan inspirasi utama<sup>17</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa wisata religi ialah jenis wisata yang aktivitasnya dan tujuannya berhubungan dengan aspek rohani dan keagamaan seperti mengunjungi tempat-tempat khusus dan bermakna guna umat beragama tertentu. Tempat-tempat ini bisa berbentuk bangunan bersejarah maupun tempat-tempat ibadah yang dianggap memiliki keistimewaan tersendiri bagi penganutnya.

## 2. Jenis-jenis Wisata Religi

Wisata religi dibedakan menurut segi jumlahnya serta maksud dan tujuannya yaitu sebagai berikut:<sup>18</sup>

a) Dari segi jumlahnya, wisata religi dibedakan atas:

- 1) *Individual Religious Tour* (wisata religi perorangan), ialah perjalanan wisata religi hanya dilaksanakan individu.
- 2) *Family Group Religious Tour* (wisata religi keluarga), yakni sebuah perjalanan wisata religi dilaksanakan suatu rombongan di dalamnya masih mempunyai hubungan keluarga atau kekerabatan antara satu dengan yang lain.
- 3) *Group Religious Tour* (wisata religi rombongan), yaitu sebuah perjalanan wisata religi dilaksanakan secara bersama-sama atau

---

<sup>16</sup> Amin Triyanto, "Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak Menjadi Pusat Destinasi Wisata Religi," *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang, 2019, hal.10.

<sup>17</sup> Amin Triyanto, "Strategi Pengembangan Wisata...", hal.10.

<sup>18</sup> Sari Narulita et.al, *Pariwisata Halal: Potensi...*, hal.4.

rombongan dengan dipimpin satu orang yang menjadi penanggung jawab seluruh anggotanya selama perjalanan berlangsung. Contoh: rombongan tetangga/ satu RT wisata religi ke makam Walisongo.

- b) Dari segi maksud dan tujuannya, wisata religi dibedakan atas:
- 1) *Mosque Religious Tourism* (wisata religi masjid), yakni sebuah perjalanan wisata religi diadakan serta diikuti baik individu ataupun kelompok dengan tujuan utama guna kunjungi sebuah masjid.
  - 2) *Pilgrimage Religious Tourism* (wisata religi ziarah), yakni sebuah perjalanan wisata religi yang diselenggarakan serta diikuti individu maupun kelompok dengan tujuan untuk kunjungi makam para ulama' atau *waliyullah*. Jenis wisata ini masih banyak dilakukan oleh masyarakat untuk mendapatkan keberkahan.

### 3. Manfaat Wisata Religi

Seseorang yang melakukan wisata religi akan mendapatkan beberapa manfaat yang dirasakan. Salah satunya adalah dapat meningkatkan karakter religiusitas atau keagamaan seseorang apabila dirinya mengikuti kunjungan wisata religi tersebut dengan baik. Misalnya berperan secara aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh sebuah masjid atau ketika melakukan wisata ziarah, dirinya mengetahui dan memahami tata cara berziarah dengan baik. Oleh karena itu, ia akan memperoleh pengalaman selain mengembangkan karakternya sendiri. Menurut sebuah penelitian, wisata religi berpotensi untuk meningkatkan karakter religius. Penelitian tersebut memberikan penjelasan berikut untuk temuannya:<sup>19</sup>

- a) Wisata religi dapat meningkatkan *religious practice*

---

<sup>19</sup> Sari Narulita et.al, *Pariwisata Halal: Potensi Wisata...*, hal.7.

Praktik peribadatan keagamaan, seperti salat, dzikir, serta membaca Al-Qur'an guna umat Islam, biasanya menjadi pusat perhatian dalam kegiatan wisata religi. Hal ini menunjukkan bahwa mengikuti kegiatan wisata religi akan membiasakan seseorang untuk melakukan beberapa ritual keagamaan.

b) Wisata religi dapat meningkatkan *religious belief*

Wisatawan religi biasanya adalah mereka yang beriman dan percaya kepada Tuhan. Ketika ia melihat semakin banyak orang di sekitarnya yang melakukan hal yang sama, maka imannya akan semakin kuat. Misalnya, imannya akan semakin kuat ketika ia melihat banyak orang yang rela begadang untuk salat dan beribadah.

c) Wisata religi dapat meningkatkan *religious knowledge*

Wisatawan religius biasanya mengikuti pelajaran agama yang dipimpin oleh seorang ulama atau pendeta. Pelajaran itu sendiri mengandung banyak informasi ilmiah dan teologis. Ini berarti bahwa ia akan mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan wawasan agama semakin banyak ia terlibat dalam wisata religi.

d) Wisata religi dapat meningkatkan *religious feeling*

Orang yang secara teratur berpartisipasi dalam acara wisata religi dan terbiasa melakukannya akan memiliki hubungan emosional yang mendalam dengan agama mereka. Misalnya, pada waktu dirinya memohon dan berdoa kepada Allah, maka keterikatan agamanya akan semakin terasa. Hal ini pun berdampak pada semakin seseorang merasa terikat hati dan jiwanya, maka akan semakin terasa juga ketenangan dan kedamaian yang didapatkan dalam hatinya.

e) Wisata religi dapat meningkatkan *religious effect*

Perjalanan wisata religi pasti akan membawa manfaat dan dampak positif yang dirasakan oleh dirinya sendiri. Dampak tersebut dapat berupa dampak religiusitas maupun sosial. Mereka yang sering melakukan wisata religi umumnya akan menjadi pribadi yang lebih

taat pada agamanya dan mampu untuk menyesuaikan diri serta bersosialisasi dengan baik dengan anggota masyarakat yang lain.

## B. Masjid

### 1. Definisi Masjid

Sidi Gazalba (1989) dalam Gusnita dan Rahardi mengatakan bahwa kata Arab “*sujudan*”, dengan kata kerja *madli* “*sajada*” artinya tempat sujud ataupun tempat sembahyang, merupakan sumber linguistik dari kata masjid. Kata ini diberi awalan “*ma*” karena merupakan kata benda, sehingga menjadi masjidu. Meskipun huruf “*a*” biasanya diubah menjadi “*e*” dalam bahasa Indonesia, istilah “*masjid*” kadang-kadang disebut sebagai “*mesjid*.”<sup>20</sup> Wahyudi Supeno memiliki pandangan yang lebih luas tentang masjid. Dia menyebutkan bahwa definisi masjid artinya bagi umat Islam, setiap jengkal tanah selain kuburan merupakan tempat sujud atau pengabdian<sup>21</sup>.

Menurut Yusuf al-Qardhawi (2000) dalam Gusnita dan Rahardi menyatakan bahwa masjid ialah rumah Allah Swt., yang didirikan agar umat Islam selalu mengingat, menyebut, serta menyembah kepada-Nya dengan baik. Perihal ini didasarkan pada firman Allah surat An-Nur ayat 36-37 :

فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تُرْفَعَ وَيُذْكَرَ فِيهَا اسْمُهُ ۖ لَا يُسَبِّحُ لَهُ فِيهَا بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ )  
(٣٦) رِجَالٌ ۖ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ  
يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ۖ (٣٧)

*Artinya: “Di masjid-masjid yang Allah perintahkan untuk menyebut nama-Nya dan agar mereka dimuliakan, panjatkanlah salat kepada-Nya baik di pagi hari ataupun sore hari. Orang-orang yang tidak*

<sup>20</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal.9.

<sup>21</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal 9

*mengabaikan pekerjaannya, tidak mengabaikan jual belinya, tidak mengabaikan dzikirnya kepada Allah, mendirikan salat, atau membayar zakatnya. Mereka takut akan datangnya hari ketika mata dan perasaannya akan terguncang.”*

Ayat ini merupakan pujian dari Allah SWT kepada masjid yang dibangun Nabi Muhammad SAW, serta juga kepada jamaah masjid. Kita tidak dapat shalat di masjid yang dibangun oleh orang-orang yang munafik. Masjid yang dibangun dengan ikhlas dan taat kepada Allah SWT sejak hari pertama pembangunannya hingga bangunan itu selesai, akan selalu menjadi rumah yang penuh dengan ketakwaan. Itulah masjid, dan kita diperbolehkan untuk shalat di sana dan melakukan hal-hal yang bermanfaat lainnya.

Sependapat dengan Al-Qardhawi, Fachrudin Hs mengemukakan:

*Masjid ialah ialah tempat yang dipakai umat Islam guna beribadah. Di sana, mereka melakukan salat berjamaah dan salat Jumat, disertai dzikir, menyebut serta mengingat Allah, beserta memohon doa kepada-Nya. Di sana, Al-Qur'an dibaca, dipelajari, dan diajarkan. Setiap hari Jumat, mereka salat Jumat dengan jamaah yang lebih banyak, dan setiap kali mereka salat berjamaah<sup>22</sup>.*

Beberapa sudut pandang yang dipaparkan di atas menunjukkan jika istilah "masjid" mempunyai definisi cukup luas. Masjid berfungsi sebagai tempat bagi umat Islam guna melaksanakan bermacam kegiatan yang berkaitan dengan budaya selain fungsi utamanya sebagai tempat beribadah. Maka dari itu, sudah seharusnya umat Muslim selalu menjaga dan memelihara rumah Allah tersebut.

## 2. Fungsi-fungsi Masjid

Fungsi utama masjid menurut Sidi Gazalba, ialah lembaga utama dunia Islam, pusat ibadah, pusat kebudayaan Islam, dsb<sup>23</sup>. Sedangkan menurut Wahyudin Supeno, selain berfungsi sebagai tempat beribadah,

---

<sup>22</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal.11.

<sup>23</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal.13.

masjid dapat dimanfaatkan untuk kajian ilmiah, penelitian, dan pengembangan di berbagai bidang, termasuk ilmu sosial dan ilmu alam.

Yusuf Al-Qardhawi dalam Gusnita dan Rahardi menjelaskan kegunaan masjid selain sebagai tempat beribadah, yaitu:<sup>24</sup>

- a) Mencerdaskan umat, memberikan keilmuan dan pandangan dakwah. Kegiatan kajian dan pengajian serta kultum-kultum yang dilakukan secara rutin dan teratur setiap harinya termasuk salah satu fungsi masjid sebagai pusat keilmuan serta petunjuk masyarakat yang ada disekitarnya. Melalui kajian tersebut, masyarakat akan mendapatkan pengetahuan dan ilmu baru yang diterapkan dalam kehidupan.
- b) Fungsi sosial. Sebuah masjid dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk saling berhubungan serta berkomunikasi satu sama lain hingga hal tersebut dapat merekatkan ikatan batin dan memperkuat ikatan persaudaraan antar sesama. Misalnya ketika seseorang saling bertanya tentang kondisi masing-masing ketika seusai melaksanakan shalat.
- c) Tempat pelaksanaan berbagai kegiatan sosial, keagamaan dan lain-lain. Contohnya tempat seseorang belajar Al-Qur'an, tempat pengumpulan zakat, tempat penengah ketika terjadi perselisihan atau sengketa, lembaga bantuan kemanusiaan, serta sebagai lembaga pelatihan dan kursus anak muda yang ingin belajar berbagai bidang ilmu pengetahuan.

### **C. Daya Tarik Wisata**

#### **1. Daya Tarik Wisata**

UU RI Nomor 10 Tahun 2009 mengatakan daya tarik wisata yakni suatu yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang memiliki kualitas, nilai, serta keanekaragaman khusus dalam bentuk kekayaan sumber daya alam, kekayaan tradisi budaya, serta barang-

---

<sup>24</sup> Gusnita dan Rahardi, *Peran Masjid Dalam...*, hal. 15-16

barang guna manusia<sup>25</sup>. Menurut Sammeng (2000) dalam Miarsih dan Anwani mengemukakan jika daya tarik ataupun atraksi wisata yakni seluruh perihal yang bersifat menarik sehingga mendorong wisatawan melakukan kunjungan ke sebuah tempat atau daerah<sup>26</sup>. Bersumber dari definisi tersebut sehingga yang dimaksud daya tarik ataupun atraksi wisata yaitu dapat berupa alam, kebudayaan, guna manusia, dan sebagainya yang memiliki keunikan sehingga menarik kunjungan wisatawan.

Sebaliknya, Wirawan dan Semara mendefinisikan objek wisata sebagai sesuatu yang menarik minat pengunjung dan memberi mereka pengalaman, baik secara aktif maupun pasif. Beberapa contoh pengalaman tersebut meliputi daya tarik pantai, suasana pegunungan, gerhana, pameran seni, acara olahraga, karnaval, menunggang kuda, mendaki gunung, berselancar, dan terlibat dalam percakapan dengan penduduk setempat<sup>27</sup>. Sedangkan, pengalaman berwisata bisa terbagi jadi 2 yakni pengalaman yang bersifat implisit serta eksplisit. Pengalaman implisit didapatkan melalui jiwa atau psikisnya seperti berbagai hal yang direkam oleh otaknya dan dapat dirasakan oleh perasaannya, sedangkan pengalaman eksplisit didapatkan melalui proses penginderaan mata, hidung, telinga dan lidah.

UU RI No. 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mengatakan jika daya tarik wisata umum dan barang wisata terbagi dua, yakni: (1) objek serta daerah tujuan wisata yang diciptakan Tuhan YME seperti flora, fauna, dan alam sekitar, semacam pemandangan alam yang indah, hutan hujan tropis yang ditumbuhi tumbuhan hutan tropis, serta satwa liar yang langka. (2) Objek serta daya tarik wisata guna manusia, semacam museum, peninggalan sejarah serta arkeologi, seni budaya,

---

<sup>25</sup> Presiden Republik Indonesia, Undang-Undang Republik...

<sup>26</sup> Miarsih dan Anwani, "Analisis Faktor-Faktor...", hal.119.

<sup>27</sup> Putu Eka Wirawan dan I Made Trisna Semara, *Modul Pengantar Pariwisata*, (Denpasar: IPB Internasional Press, 2021), hal.5

agrowisata, wisata tirta, wisata petualangan, wisata buru, taman rekreasi, serta tempat hiburan lainnya<sup>28</sup>.

Daya tarik wisata dapat menjadi sebuah potensi yang akan menyebabkan seseorang untuk melakukan kunjungan ke sebuah daerah atau tujuan wisata. Pada umumnya, sebuah daya tarik wisata yang memiliki keunikan dan ciri khas langka tersebut dapat menciptakan perasaan senang dan bahagia bagi siapapun yang melihat atau mengunjunginya. Selain itu aksesibilitas yang mudah dan baik juga dapat turut serta menjadi faktor penentu seseorang untuk berkunjung. Contohnya sebuah objek wisata budaya memiliki daya tarik wisata yang tinggi sebab dianggap memiliki nilai khusus seperti kegiatan upacara adat istiadat leluhur, kegiatan-kegiatan kesenian budaya, dan hasil karya seni gunaan manusia pada zaman dahulu.<sup>29</sup>

Menurut Maryani, sebuah objek wisata bisa menarik guna dikunjungi wisatawan mesti memenuhi syarat di bawah ini:<sup>30</sup>

- a) *What to see*. Maksudnya adalah di sebuah objek wisata pasti terdapat suatu daya tarik wisata yang khas dan berbeda dengan daya tarik di tempat lain yang bisa dilihat serta dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung seperti alam dan keindahan pemandangannya, berbagai kegiatan kesenian dan kebudayaan dan sebagainya.
- b) *What to do*. Maksudnya di objek wisata harus disediakan berbagai fasilitas penunjang kebutuhan wisatawan yang memguna wisatawan aman dan betah selama tinggal di tempat wisata.
- c) *What to buy*. Di tempat tujuan wisata perlu disediakan fasilitas guna wisatawan berbelanja serta membeli oleh-oleh seperti barang cinderamata dan kerajinan tangan khas daerah tempat wisata tersebut.

---

<sup>28</sup> Presiden Republik Indonesia, Undang-Undang Republik...

<sup>29</sup> Ibnu Elmi AS Pelu, Rahmad Kurniawan, dan Wahyu Akbar, *Pariwisata Syariah: Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah*" (Yogyakarta: K-Media, 2020), hal.54

<sup>30</sup> Wirawan dan Semara, *Modul Pengantar Pariwisata ...*, hal.59.

- d) *What to stay*. Di tempat wisata juga perlu diperhatikan tempat tinggal sementara untuk wisatawan yang berkunjung selama di objek wisata, seperti diperlukan fasilitas penginapan dan akomodasi lainnya yang disediakan di dalam ataupun di sekitar tempat wisata.

Jadi, Marwani menyimpulkan bahwa pada umumnya daya tarik wisata sebuah tempat wisata didasarkan pada:<sup>31</sup>

- a) Terdapat sumber daya yang bisa menciptakan perasaan nyaman serta senang bagi wisatawan yang berkunjung.
- b) Terdapat aksesibilitas yang memadai bagi wisatawan ke daerah tujuan wisata.
- c) Terdapat kekhasan atau ciri khusus yang dimiliki oleh objek wisata yang bersifat langka dan berbeda dari yang lain. Misalnya pada objek wisata alam berupa keindahan pantai, laut, gunung, dan sebagainya. Pada objek wisata budaya berupa nilai kebudayaan khas yang bersifat turun temurun dari zaman dahulu seperti pada upacara-upacara adat daerah, pertunjukan tari budaya, dan sebagainya.
- d) Terdapat sarana serta prasarana penunjang guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang sedang melakukan kunjungan wisata. Misalnya kamar mandi dan mushola.

## 2. Jenis-jenis Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata bisa dibedakan jadi 4 jenis, diantaranya:<sup>32</sup>

- a) Daya tarik wisata alam (keindahan)

Keindahan wisata alam bisa terbagi menjadi dua yaitu keindahan alami serta keindahan yang diciptakan manusia. Keindahan alami seperti misalnya hamparan luasnya laut dan pantai, jejeran gunung dan pegunungan yang terlihat gagah dari jauh, keanekaragaman

---

<sup>31</sup> Iga Safa Marwani, "Sikap Pengunjung Terhadap Daya Tarik Wisata Masjid Raya Sultan Riau Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau," *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*. Universitas Riau, Vol 5 (2018), hal.7.

<sup>32</sup> Wirawan dan Semara, *Modul Pengantar Pariwisata...*, hal.53-55.

hewan dan tumbuhan yang hidup baik di darat, air, dan udara, serta berbagai manusia dengan berbagai jenis suku, ras, dan etnik.

b) Daya tarik warisan budaya masyarakat

Daya tarik wisata budaya menjadi salah satu potensi besar yang dimiliki negara kita. Oleh karena itu, sudah semestinya perlu adanya upaya untuk mempertahankan dan mengembangkannya sebagai objek dan daya tarik wisata. Contohnya: bangunan bersejarah masa lampau, museum, hingga berbagai upacara adat dan pertunjukan seni dari berbagai suku dan adat budaya di Indonesia.

c) Daya tarik sejarah

Sebuah peristiwa dan peninggalan bersejarah seringkali mempunyai keterkaitan dengan aspek pariwisata. Hal ini didasari karena ada sejarah itu sendiri umumnya bercerita tentang kejadian di masa lalu yang tempat atau latar sejarah tersebut dijadikan sebagai peninggalan dan warisan yang dapat dikunjungi sebagai suatu tempat wisata maupun dapat juga digali, diteliti, dan dipelajari oleh generasi selanjutnya sebagai bahan pembelajaran. Selain itu, peninggalan sejarah dapat menjadi bukti penting dari suatu peristiwa yang perlu dikenang di masa mendatang.

d) Daya tarik wisata minat khusus

Daya tarik wisata minat khusus ialah salah satu jenis wisata baru yang dimaksudkan untuk tujuan dan motivasi tertentu. Wisata ini masih dalam proses pengembangan di Indonesia karena berbeda dengan jenis wisata lainnya, wisata minat khusus ini perlu sarana serta prasarana memadai sesuai dengan minat yang ditunjukkan. Sehingga, wisatawan yang ingin berkunjung perlu mempunyai keahlian terlebih dahulu sebelum dia berkunjung. Contohnya seperti mendaki gunung, arung jeram, serta sebagainya.

3. Daya Tarik Wisata Minat Khusus Masjid

Direktorat Wisata Minat Khusus Menciptakan inovasi produk dan pengalaman wisata ramah Muslim melalui sebuah daya tarik wisata

masjid berbasis nilai pemanfaatan masjid. Daya tarik ini dikategorikan menjadi 8 aspek yaitu:<sup>33</sup>

a) Arsitektur

Arsitektur adalah menilai unsur bangunan sebuah masjid dari luar maupun dalam dari segi fungsi dan estetika (keindahan). Daya tarik arsitektur masjid telah menjadi daya tarik utama dalam wisata religi bagi wisatawan dari bermacam latar belakang budaya serta agama.

b) Sejarah

Sejarah adalah menilai unsur sejarah dan hubungannya terhadap pergerakan zaman dan dampaknya terhadap masyarakat sekitar. Sejarah masjid menggambarkan bagaimana agama dan masyarakat telah berkembang dan mengalami perubahan selama berabad-abad.

c) Budaya

Daya tarik budaya masjid menarik bagi para wisatawan yang tertarik untuk pahami lebih dalam mengenai kehidupan serta budaya masyarakat Muslim. Selain seni dan tradisi, budaya masjid juga mencakup adat dan etika yang dihormati oleh masyarakat Muslim dalam kehidupan sehari-hari.

d) Amenitas

Daya tarik amenitas masjid meliputi berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh masjid kepada para pengunjung dan jamaah. Salah satu amenitas utama yang sering ada di masjid adalah fasilitas wudhu, di mana pengunjung dapat membersihkan diri sebelum melakukan ibadah.

e) Daya Tarik Edu-Religi

Daya Tarik Edu-Religi adalah menilai kekuatan edukasi dalam berbagai bentuk terkait nilai-nilai Islam yang dilakukan di lingkungan masjid. Daya tarik edu-religi masjid mencakup berbagai

---

<sup>33</sup> Lukmanul Hakim, Dedy Susanto, dan Saerozi, *Wisata Religi: Menjelajah Spiritualitas Melalui Destinasi Suci*, (Semarang: Fatawa Publishing, 2023), hal.67.

program pendidikan agama dan kegiatan yang bersifat edukatif yang ditawarkan oleh masjid kepada masyarakat.

f) Tujuan Ziarah

Daya tarik tujuan ziarah masjid adalah untuk mengunjungi dan menghormati tempat-tempat suci yang memiliki makna spiritual dan sejarah agama Islam. Para ziarah masjid umumnya didasari oleh niat ibadah dan keinginan guna dekatkan diri pada Tuhan dengan mengunjungi tempat-tempat yang dianggap suci.

g) *Socialpreneur*

Daya tarik *socialpreneur* masjid adalah inisiatif dari masjid-masjid yang tidak hanya berfokus pada aktivitas keagamaan, tetapi juga berperan aktif dalam upaya sosial dan pemberdayaan masyarakat sekitar.

h) *Eco-Mosque*

Daya tarik *eco-mosque* masjid adalah konsep masjid yang berfokus pada keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Selain keberlanjutan lingkungan, daya tarik *eco-mosque* Masjid juga mencakup konsep desain yang ramah lingkungan.

#### **D. Aksesibilitas**

Menurut Hakim, aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana pendukung yang digunakan untuk mengangkut dan mengantarkan wisatawan dari satu objek wisata ke objek lainnya<sup>34</sup>. Aksesibilitas ini menjadi suatu hal penting yang perlu dipertimbangkan karena menyangkut kemudahan, keamanan, kenyamanan, jarak dan waktu tempuh selama perjalanan. Semakin tinggi aksesibilitas di sebuah objek wisata, dalam artian semakin mudah guna dijangkau, sehingga akan makin tinggi pula tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung. Akses menuju destinasi wisata harus memiliki alternatif moda yang mampu dipilih oleh wisatawan dalam menuju objek wisata. Aksesibilitas sebuah pariwisata

---

<sup>34</sup> Lukmanul Hakim, *Pariwisata Islam...*, hal.14.

perlu didukung dengan adanya pilihan moda transportasi yang digunakan dalam menjangkau tujuan wisata.

Soekadjo dalam Miarsih dan Anwani menyebutkan bahwa aksesibilitas terdiri dari akses informasi terkait dengan fasilitas di objek wisata yang mudah dijangkau dan dipahami oleh wisatawan serta terdapat akses kondisi jalan yang dapat dimelalui menuju objek wisata<sup>35</sup>. Misalnya, papan petunjuk di objek wisata yang memuat informasi mengenai denah dan lokasi. Menurut Suwantoro, aksesibilitas ialah aspek penting yang menunjang dalam perkembangan dunia pariwisata sebab melibatkan pembangunan lintas sektoral<sup>36</sup>. Objek wisata yang tidak terhubung dengan jaringan transportasi akan kesulitan untuk dapat menerima wisatawan. Sebuah tempat wisata mestienuhi syarat aksesibilitas, yang berarti tempat wisata mudah dicapai dan gampang dijumpai. Maka dari itu, tingkat kemudahan menuju lokasi atau daerah wisata akan turut berperan mempengaruhi pengembangan suatu daerah wisata itu sendiri.

## **E. Fasilitas**

Fasilitas sama dengan prasarana pariwisata. Menurut Saragih, prasarana (infrastruktur) ialah segala fasilitas yang memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya melalui proses transaksi dan ekonomi antar sesama<sup>37</sup>. Fungsi prasarana ialah guna melengkapi sarana kepariwisataan hingga bisa memberi pelayanan dibutuhkan oleh wisatawan. Fasilitas merupakan semua hal yang berkaitan dengan apa yang dapat dipakai dan dinikmati oleh konsumen yang secara sengaja disediakan oleh pihak penyelenggara atau penyedia jasa sehingga diharapkan dengan adanya pelayanan tersebut dapat memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.

Menurut Yoeti (2003) dalam Mintardjo, fasilitas wisata ialah seluruh fasilitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat

---

<sup>35</sup> Miarsih dan Anwani, Analisis Faktor-Faktor..., hal.120.

<sup>36</sup> Karsana, Pengaruh Islamic Attributes..., hal.30.

<sup>37</sup> Megasari Gusandra Saragih, Elfitra Desy Surya, dan Mesra B, *Kajian Dasar Pariwisata*, (Bekasi: Penerbit Andalan, 2021), hal.48

mereka mengunjungi tempat wisata tertentu. Mereka dapat menghabiskan waktu dan terlibat dalam berbagai kegiatan di lokasi wisata dengan bantuan layanan ini<sup>38</sup>. Sebuah fasilitas mengacu pada kebutuhan wisatawan seperti adanya akomodasi untuk tempat tinggal (penginapan), restoran dan warung makan tempat wisatawan dapat makan serta minum. Selain itu, di lokasi harus mencakup fasilitas tambahan yang dibutuhkan pengunjung, seperti tempat istirahat, tempat parkir, toilet umum, klinik, dan tempat ibadah<sup>39</sup>. Fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu dievaluasi dan dikembangkan dengan melihat bagaimana keadaan destinasi itu sendiri serta permintaan kebutuhan wisatawan yang berkunjung.

Menurut Sumayang (2003) dalam Mintardjo menyebutkan ada beberapa perihal yang mesti diperhatikan dalam penyediaan fasilitas yakni:<sup>40</sup>

- a) Aspek kelengkapan, kebersihan, serta kerapian fasilitas yang disediakan. Jadi, keadaan fasilitas dilengkapi atribut pendukung tersebut haruslah dalam kondisi yang telah disebutkan sehingga ketika konsumen yang memakai fasilitas tersebut akan merasa nyaman.
- b) Kondisi serta fungsi fasilitas yang akan disediakan dalam kondisi baik dan tidak mengalami kerusakan. Hal ini sangat penting diperhatikan karena menyangkut dengan keamanan dan keselamatan konsumen.
- c) Aspek kemudahan. Fasilitas yang disediakan haruslah fasilitas yang sudah umum dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas sehingga nantinya konsumen dapat mengaplikasikannya dengan mudah.

---

<sup>38</sup> Bartolomeus Herawan Mintardjo, "Pengaruh Kenyamanan Ruang Publik, Pelayanan Dan Fasilitas Tanaman Jayawijaya Mojosoongo Di Surakarta Terhadap Kepuasan Wisatawan," *Jurnal Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol 2, No. 2 (2023): hal.18.

<sup>39</sup> Lukmanul Hakim, *Pariwisata Islam...*, hal.13.

<sup>40</sup> Mintardjo, "Pengaruh Kenyamanan Ruang...", hal.18-19.

## F. Minat Berkunjung

Menurut Kotler dan Susanto (2000) dalam Mintardjo jika minat diartikan sebagai sebuah dorongan atau rangsangan yang dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan yang berasal dari dalam diri seorang yang secara kuat bisa menciptakan sebuah tindakan<sup>41</sup>. Menurut penelitian Albarq (2014) minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah tempat wisata mempunyai tujuan serta maksud yang sama dengan keinginan konsumen dalam membeli suatu produk, hal ini mendukung pendapat bahwa minat berkunjung sama dengan minat beli<sup>42</sup>.

Minat seseorang untuk bepergian bermula dari keinginannya untuk mengunjungi lokasi yang menarik minatnya. Selain itu, Kotler dan Keller mencatat bahwa minat wisatawan untuk berkunjung merupakan keputusan yang mereka ambil berdasarkan pengalaman perjalanan sebelumnya saat memilih atau memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu<sup>43</sup>. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Hapsara dan Ahmadi mengemukakan bahwa minat diartikan sebagai sebuah pikiran yang muncul karena merasa tertarik akan suatu barang atau jasa sehingga muncul juga perasaan ingin memilikinya<sup>44</sup>. Minat tersebut dapat dilihat dan diukur melalui berbagai hal, yakni: (1) tertarik untuk mencari informasi; (2) mempertimbangkan kunjungan; (3) tertarik untuk berkunjung; serta (4) keinginan berkunjung.

Menurut Damanik, Weber terdapat bermacam dimensi dalam minat berkunjung, yakni:<sup>45</sup>

### a) Minat Transaksional

---

<sup>41</sup> Miarsih dan Anwani, "Analisis Faktor-Faktor...", hal.120.

<sup>42</sup> Diding Kusnady, "Peningkatan Minat Kunjung Wisatawan Pada Kota Medan Dengan Strategi City Branding," *Juripol: Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, Vol 5, No. 2 (2022): hal.223.

<sup>43</sup> Karsana, Pengaruh Islamic Attributes..., hal.30.

<sup>44</sup> Osrita Hapsara dan Ahmadi Ahmadi, "Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, Vol 11, No. 01 (2022): hal.66

<sup>45</sup> Indra Maulana dan Anisya Rachma Kamila, "Pengaruh Self-Concept Dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 11, No. 2 (2022): hal.562.

Minat transaksional yakni kecenderungan seorang dalam mengunjungi suatu tempat. Ini menunjukkan bahwa pelanggan termotivasi oleh kepentingan pribadi untuk bepergian ke lokasi yang diinginkan.

b) Minat Referensial

Minat referensial yakni kecenderungan seorang guna memberi tahu orang lain tentang suatu tempat. Ini menyiratkan bahwa pelanggan yang tertarik untuk pergi akan mendorong orang lain yang tinggal di dekatnya untuk pergi juga.

c) Minat Preferensial

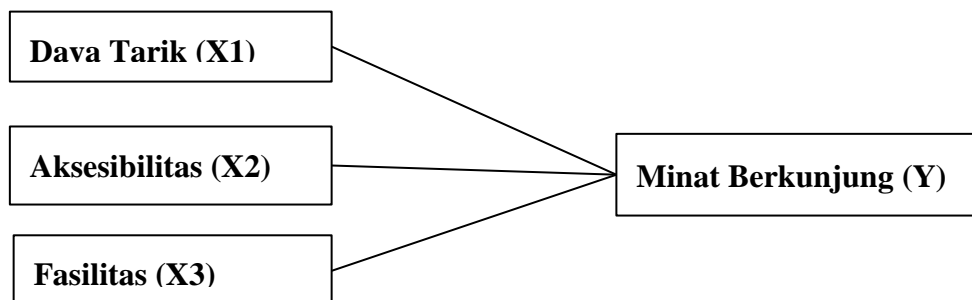
Minat preferensial yaitu kecenderungan seseorang yang menunjukkan perilaku orang tersebut telah memiliki selera utama pada sebuah destinasi wisata. Preferensi atau minat ini bisa saja berubah kapan saja jika terjadi sesuatu dengan wisata preferensi utamanya tersebut.

d) Minat Eksploratif

Minat eksploratif yaitu kecenderungan seseorang yang ditunjukkan melalui perilakunya yang selalu merasa ingin tahu dengan destinasi wisata yang diinginkannya, misalnya seperti mencari informasi terlebih dahulu seputar wisatanya sebelum berkunjung.

**G. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis, maka dapat disusun kerangka penelitian sebagaimana dapat dilihat pada kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir Penelitian

## H. Hipotesis Penelitian

Dantes (2012) dalam Darwin menyebutkan bahwa hipotesis ialah praduga ataupun asumsi yang mesti diujikan melalui data ataupun fakta yang didapat dengan melakukan sebuah penelitian<sup>46</sup>. Sedangkan menurut Muri Yusuf (2005) hipotesis adalah rumusan pertanyaan penelitian oleh peneliti yang berbentuk kesimpulan atau respons jangka pendek yang mengidentifikasi korelasi antara dua variabel atau lebih. Pengamatan terperinci merupakan langkah pertama dalam membuktikan kebenaran gagasan ini.

Menurut Sugiyono, hipotesis dipakai untuk merancang jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalahnya disusun berbentuk pertanyaan yang sudah ditentukan sebelumnya<sup>47</sup>. Alasan disebut sementara adalah karena jawaban yang muncul hanya akan didukung oleh hipotesis baru yang relevan; jawaban tersebut belum didukung oleh data empiris yang dikumpulkan selama prosedur pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh antara daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Baiturrahman.
2. H<sub>1</sub> : Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di wisata religi masjid Baiturrahman.
3. H<sub>2</sub> : Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Baiturrahman.
4. H<sub>3</sub> : Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Baiturrahman.

---

<sup>46</sup> Muhammad Darwin et al., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2003), hal.82.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2015), hal.64.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang dikenakan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif menggunakan statistik deskriptif, yaitu menyajikan data hasil penelitian dalam bentuk deskripsi atau kalimat-kalimat ilmiah. Penelitian kuantitatif menggunakan metode kuantitatif untuk mempelajari fenomena objektif. Pada setiap variabel penelitian, peneliti selanjutnya menggunakan pengayaan menggunakan statistik deskriptif.

Ferdinand mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang sering dipakai mahasiswa guna menyelesaikan tugas akhir mereka<sup>48</sup>. Adanya hipotesis penelitian dirancang guna mempermudah mahasiswa dalam memverifikasi hipotesis tersebut menggunakan bermacam teknik penelitian yang terstruktur sehingga menunjukkan betapa sederhananya penelitian tersebut.

##### **B. Variabel dan Instrumen Penelitian**

###### 1. Variabel Independen (bebas)

Variabel bebas ataupun independen. Variabel bebas yakni variabel yang pengaruhi ataupun jadi sebab berubahnya ataupun munculnya variabel terikat<sup>49</sup>. Dalam penelitian ini, yang jadi variabel *independent* ialah Daya Tarik Wisata (X1), Aksesibilitas (X2), dan Fasilitas (X3).

###### 2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel terikat atau dependen ataupun dikatakan variabel output, kriteria, konsekuen ialah variabel yang dipengaruhi ataupun menjadi sebab adanya variabel bebas<sup>50</sup>. Dalam penelitian ini, variabel *dependent* ialah Minat Berkunjung (Y).

---

<sup>48</sup> Darwin et al., *Metode Penelitian Pendekatan...*, hal.13.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 39

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal 39

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah sebuah panduan yang memberi petunjuk kepada peneliti mengenai cara mengukur sebuah variabel. Tujuan definisi operasional sebuah penelitian ialah guna memberi informasi kepada peneliti mengenai cara mengukur sebuah variabel guna menilai kelebihan dan kekurangan pengukuran tersebut<sup>51</sup>. Dalam penelitian ini ada 4 variabel ialah minat berkunjung, daya tarik, aksesibilitas, serta fasilitas. Variabel *dependent* ialah minat berkunjung, sedangkan variabel *independent* ialah daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas. Adapun definisi operasional dari setiap variabel yaitu :

a) Minat berkunjung (Y)

Minat berkunjung dalam penelitian ini ialah kecenderungan hati yang tinggi guna datang ke sebuah tempat tertentu yang ditandai dengan keinginan untuk mencari informasi terkait destinasi, merekomendasikan ke orang lain, dan tertarik untuk ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

b) Daya tarik wisata (X1)

Daya tarik dimaksud disini ialah keunikan yang dimiliki Masjid Raya Baiturrahman Semarang, meliputi daya tarik arsitektural, daya tarik *eco-mosque*, serta daya tarik sejarah dan budaya.

c) Aksesibilitas (X2)

Aksesibilitas yang dimaksud disini adalah rute jalan menuju destinasi, kondisi jalan menuju destinasi, dan tersedianya transportasi umum.

d) Fasilitas (X3)

Fasilitas yang dimaksud disini adalah seberapa lengkap dan baik fasilitas yang tersedia di Masjid Raya Baiturrahman Semarang, meliputi fasilitas perlengkapan shalat, fasilitas tempat wudhu dan toilet, serta fasilitas lahan parkir bagi wisatawan yang berkunjung.

---

<sup>51</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), hal.18.

#### **D. Sumber dan Jenis Data**

Bersumber dari sumbernya, data dalam penelitian bisa terbagi dalam 2 jenis yaitu data primer beserta data sekunder.<sup>52</sup>

- a. Data primer ialah jenis data penelitian yang dihasilkan serta dikumpulkan langsung dari subjek maupun objek penelitian. Pengumpulan secara langsung dari subjek penelitian. Contohnya adalah peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan topik penelitian. Sedangkan cara lain pengumpulan data dari objek penelitian adalah mengenakan instrumen penelitian seperti kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur, notulen *focus group discussion* (FGD) serta kegiatan survei langsung pada objek penelitian yang dilakukan melalui proses pengukuran atau pengamatan. Dalam penelitian ini, peneliti mengenakan data primer yakni angket atau kuesioner yang disebarakan secara online melalui *google form*.
- b. Data sekunder ialah jenis data penelitian didapatkan serta dikumpulkan secara tidak langsung melalui sebuah perantara. Jadi, data-data tersebut telah disediakan oleh pihak-pihak tertentu, institusi maupun lembaga tertentu. Data tersebut berupa hasil pelaporan ataupun pencatatan spesifik yang dirancang dalam bentuk hardcopy atau softcopy dan ditampilkan berbentuk tabel, grafik, diagram, kurva, serta lainnya. Sumber data sekunder penelitian ini yaitu memakai buku, jurnal, skripsi, artikel beserta perihal yang berkaitan dengan topik permasalahan penelitian ini.

#### **E. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi yakni wilayah bersifat umum mencakup suatu obyek maupun subyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik khusus yang nantinya dijadikan sebagai subjek penelitian oleh peneliti yang

---

<sup>52</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hal.58.

kemudian dikaji dan diambil kesimpulan<sup>53</sup>. Populasi di sini mengacu pada semua objek kajian yang dapat diteliti, bukan hanya organisme hidup. Populasi meliputi semua atribut, kualitas, dan sifat yang dimiliki objek tersebut, selain jumlah total objek yang telah diteliti.

Populasi penelitian ialah wisatawan yang berkunjung di Masjid Raya Baiturrahman Semarang dengan kriteria populasi yang diambil yaitu pria atau wanita yang pernah berkunjung di Masjid Raya Baiturrahman Semarang dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel ialah bagian dari jumlah serta karakteristik dipunyai populasi<sup>54</sup>. Dengan demikian, sampel hanyalah sebagian kecil populasi yang diambil sesuai dengan protokol tertentu agar bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini, teori Hair diterapkan pada sampel karena populasinya tidak diketahui. Menurut Hair et al. (2017) dalam Rahayu dan Hasanah disebutkan bahwa jumlah sampel minimal 5-10 kali dari jumlah indikator<sup>55</sup>. Menurut Hair et al., ukuran sampel antara 100 dan 200 responden sudah sesuai. Dikarenakan terdapat 12 indikator dipakai penelitian ini, sehingga sampel penelitian meliputi  $12 \times 10 = 120$  partisipan penelitian. Pengambilan sampel penelitian ini dilaksanakan mengenakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* pada objek yang diteliti, yaitu peneliti menggunakan kriteria tertentu berdasarkan ciri-ciri subjek yang dijadikan sampel yaitu laki-laki perempuan pernah mengunjungi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni sebuah teknik dipakai seorang peneliti dengan alat atau media tertentu guna mendapatkan data yang

---

<sup>53</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hal.55.

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal 81

<sup>55</sup> Elly Rahayu dan Uswatun Hasanah, "Sosial Media Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stmik Royal," *Journal of Science and Social Research*, Vol 3, No. 1 (2020): h.34.

diperlukan dalam penelitiannya. Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono menyebutkan jika observasi adalah suatu proses kompleks yang melibatkan proses biologis serta psikologis seseorang seperti proses mengamati dan mengingat sesuatu yang dilihat oleh indra penglihatan dan direkam oleh otak<sup>56</sup>. Observasi atau pengamatan sendiri dibagi dalam dua jenis yakni observasi dengan partisipan serta non-partisipan. Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan observasi non-partisipan di mana berarti seluruh proses pengamatan objek penelitian dilakukan hanya dengan mengamati tingkah laku wisatawan yang berkunjung di Masjid Raya Baiturrahman Semarang dan tanpa melibatkan orang lain.

2. Angket/kuesioner

Kuesioner ialah metode pengumpulan data di mana partisipan diberikan rangkaian pernyataan tertulis atau pertanyaan untuk dijawab<sup>57</sup>. Pada umumnya, responden penelitian haruslah memiliki tingkat pemahaman dasar yang memadai, yaitu yang dapat membaca serta menulis, adalah mereka yang menerima kuesioner. Kemudian kuesioner tersebut dikirimkan kepada responden massal. Selain petunjuk pengisian, kuesioner tersebut juga memberikan rekomendasi, sehingga responden dapat melengkapi tanggapan mereka sesuai dengan pedoman dan petunjuk peneliti.

Skala dipakai penelitian ini ialah skala likert, dengan alternatif jawaban 1 sampai 5 yang menggambarkan bagaimana daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas serta minat kunjungan wisatawan di objek wisata. Jawaban pernyataan dimulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Skala likert dapat dikenakan guna mengukur bagaimana sikap

---

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal 145

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.142.

atau perilaku, pendapat, beserta pandangan seorang maupun sekelompok orang terkait sebuah fenomena sosial<sup>58</sup>.

Tabel 3.1 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skala Nilai
Sangat setuju/selalu	5
Setuju/sering	4
Kurang setuju/ragu-ragu/kadang-kadang	3
Tidak Setuju/hampir tidak pernah	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Adapun kuesioner diberikan kepada pengunjung/wisatawan yang sedang berkunjung/pernah berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Dalam perihal ini, kisi-kisi instrumen diperlukan sebelum pengukuran instrumen dilakukan guna memudahkan peneliti dalam memguna pertanyaan bagi partisipan. Kisi instrumen yang diperlukan diperlihatkan tabel 3.2.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Butir Item
Daya Tarik Wisata (X1)	Daya tarik arsitektural	1, 2, 3
	Daya tarik <i>eco-mosque</i>	4, 5, 6
	Daya tarik budaya dan sejarah	7, 8, 9
Aksesibilitas (X2)	Rute jalan menuju destinasi	10, 11, 12
	Kondisi jalan menuju destinasi	13, 14, 15
	Tersedianya transportasi umum	16, 17
Fasilitas (X3)	Tersedianya perlengkapan sholat	18, 19, 20
	Tersedianya tempat wudhu dan toilet	21, 22, 23, 24
	Indikator	Butir Item

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.93.

	Adanya tempat parkir	25, 26, 27
Minat Berkunjung (Y)	Mencari informasi terkait destinasi	28, 29, 30
	Merekomendasikan kepada orang lain	31, 32, 33
	Tertarik untuk berkunjung kembali	34, 35, 36

## G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Menurut Ferdinand, kuesioner hanya digunakan dalam penelitian kuantitatif serta tidak bisa digunakan untuk mengumpulkan data kecuali telah berhasil melalui uji validitas dan reliabilitas<sup>59</sup>. Apabila suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian tidak valid dan juga tidak reliabel, maka nantinya kesimpulan yang akan dihasilkan dapat bersifat bias, terdapat kekeliruan hingga tidak sesuai dengan keadaan subjek penelitian yang sebenarnya.

### 1. Validitas instrumen

Menurut Sugiyono, uji validitas bertujuan guna mengetahui apakah adanya kesamaan antara data penelitian yang sudah dikumpulkan dengan data sebenarnya terjadi di objek penelitian<sup>60</sup>. Bisa dikatakan bahwa suatu instrumen penelitian yang teruji valid artinya alat yang dipakai guna memperoleh data tersebut juga valid. Teknik uji yang dipakai ialah teknik korelasi *Product Moment* ataupun dikatakan sebagai korelasi *Pearson* yang hasilnya berupa koefisien korelasi *Pearson* ( $r$ ), yang berkisar antara -1 hingga +1. Selanjutnya, skor total item kuesioner dihubungkan dengan skor respons untuk setiap pertanyaan dalam tes. Item tersebut valid jika koefisien korelasinya positif. Di sisi lain, jika koefisien negatif ditemukan, item tersebut dikatakan tidak valid serta diganti dengan pernyataan perbaikan ataupun dihilangkan dari kuesioner.

<sup>59</sup> Darwin et al., *Metode Penelitian Pendekatan...*, hal.142.

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.121.

## 2. Reliabilitas instrumen

*Reliable* (terpercaya) adalah kemampuan instrumen untuk secara konsisten menghasilkan hasil yang sama selama aktivitas pengukuran. Oleh karena itu, meskipun instrumen penelitian diukur pada periode yang berbeda, instrumen tersebut dapat dikatakan bisa dipercaya jikalau jawaban responden pada pernyataan/pertanyaan bersifat konstan dan stabil dari waktu ke waktu <sup>61</sup>. Menurut Azwar (2012) dalam Siyoto, reliabilitas dikatakan sebagai konsistensi instrumen pengamatan yang didapat dari proses pencatatan berulang yang dilakukan pada suatu subjek ataupun sekelompok subjek <sup>62</sup>. Nilai koefisien ketergantungan dapat digunakan untuk menunjukkan secara empiris tingkat keandalan, apakah tinggi atau rendah. Koefisien reliabilitas yang tinggi ditandai nilai “r” yang mendekati angka 1.

## H. Teknik Analisis Data

Sesudah peneliti kumpulan data melalui penyebaran kuesioner, sehingga data tersebut di analisis menggunakan *Software SPSS 25*. Teknik analisis data dipakai peneliti yaitu:

### 1. Metode Analisis Data

Analisis data ialah suatu rangkaian kegiatan menelaah, menafsirkan, serta mengkaji data dengan tujuan untuk menciptakan dan menghadirkan nilai sosial, akademis, dan ilmiah pada sebuah kejadian atau fenomena yang terjadi di masyarakat. Jadi, kegiatan dalam analisis data pada umumnya dimulai dengan membagi dan mengelompokkan data yang sudah dikumpulkan sebelumnya selanjutnya menyusun dan menyajikan data setiap variabel dan seluruh responden penelitian secara detail. Setelah itu melaksanakan perhitungan guna menjawab rumusan masalah yang telah disusun melalui perhitungan hipotesis <sup>63</sup>.

---

<sup>61</sup> Darwin et al., *Metode Penelitian Pendekatan...*, hal.143.

<sup>62</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hal. 76

<sup>63</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...*, hal.90.

Teknik analisis data dipakai ialah regresi linier berganda yang dipakai guna mengukur pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , serta  $X_3$ ) pada variabel terikat ( $Y$ ). Adapun rumusnya yakni:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

$y$  = Variabel Minat Berkunjung

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Variabel Daya Tarik

$\beta_2$  = Koefisien Variabel Aksesibilitas

$\beta_3$  = Koefisien Variabel Fasilitas

$X_1$  = Variabel Daya Tarik

$X_2$  = Variabel Aksesibilitas

$X_3$  = Variabel Fasilitas

$\epsilon$  = Error/residual/sisa

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yakni uji prasyarat dilaksanakan sebelum melaksanakan uji hipotesis bertujuan guna memastikan jika hasil penelitian yang didapatkan valid, konsisten dan tidak berubah. Pengujian regresi linear berganda akan dilaksanakan sesudah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yakni data terdistribusi normal, terbebas dari gejala multikolinearitas maupun heteroskedastisitas. Jadi, syarat-syarat harus dipenuhi sebelum uji hipotesis penelitian ini ialah pengujian variabel daya tarik wisata ( $X_1$ ), aksesibilitas ( $X_2$ ), serta fasilitas ( $X_3$ ) serta minat berkunjung ( $Y$ ) harus lolos dari syarat-syarat tersebut. Sehingga, sebelum melaksanakan pengujian regresi linear berganda mesti dilaksanakan pengujian data yakni melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari:

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud guna mengetahui apakah data terdistribusi secara normal ataupun tidak dengan cara membandingkan distribusi data penelitian dengan distribusi normal baku. Uji ini bisa dilaksanakan melalui uji *Kolmogorov Smirnov* pada. Ketentuannya adalah jikalau nilai sig < 0,05 artinya terdapat perbedaan signifikan di mana data tersebut tidak normal. Sebaliknya jikalau sig > 0,05 maka tidak terjadi perbedaan signifikan hingga bisa dikatakan jikalau data telah terdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yakni uji asumsi klasik bermaksud guna mengetahui apakah suatu model regresi digunakan ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Untuk melakukan pengujian multikolinearitas bisa dilaksanakan dengan cara melihat nilai VIF setiap variabel independen<sup>64</sup>. Jikalau ditemukan nilai VIF tersebut < 10 serta nilai toleran > 0,1 sehingga bisa dikatakan bahwa data terbebas dari gejala multikolinearitas. Semenatar itu, jikalau ditemukan nilai VIF >10 serta nilai toleran kurang dari < 0,1 sehingga data menunjukkan adanya masalah multikolinearitas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah salah satu metode dalam analisis regresi yang bertujuan guna memeriksa apakah varian dari residual (kesalahan) dalam suatu model regresi bersifat konstan di semua rentang nilai variabel independen baik dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain<sup>65</sup>. Idealnya, dalam sebuah model regresi, residual memiliki varian yang konstan (homokedastisitas) sehingga apabila ditemukan varian residualnya berubah-ubah, maka dapat dikatakan terjadi masalah heteroskedastisitas. Salah satu cara yang dipakai guna uji masalah heteroskedastisitas ialah dengan metode

---

<sup>64</sup> Ghazali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia), hal.47

<sup>65</sup> Ghazali, *Processing Data Penelitian...*, hal.48

*glejser*. Dalam uji ini, jika nilai signifikansi  $> 0,1$  sehingga bisa disebut jika data penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan sementara itu jikalau nilai signifikansi  $< 0,1$  sehingga terjadi gejala heterokedastitas.

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur dalam penelitian yang dipakai guna menguji kebenaran ataupun kesalahan dari  $H_0$  dari sampel. Hal yang melatarbelakangi pengujian signifikansi ialah uji statistik dari distribusi sampel dari statistik  $< 0$ .

#### 1) Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi dipakai guna mengukur seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variabel independen. Akan tetapi, *R Square* ( $R^2$ ) memiliki kelemahan mendasar karena bias terhadap kuantitas variabel independen yang disertakan dalam model regresi. Jadi, bahkan ketika variabel independen mempunyai dampak yang kuat pada variabel dependen sebelum ditambahkan ke model,  $R^2$  akan meningkat sebagai hasilnya. Secara umum, angka  $R^2$  berada di antara 0 serta 1. Jikalau nilai  $R^2$  disesuaikan mendekati 1, model tersebut juga dianggap lebih baik dalam menjelaskan variabel penelitian.

#### 2) Uji t (Parsial)

Uji statistik t ialah uji dilaksanakan guna memperlihatkan apakah ada pengaruh setiap satu variabel bebas pada variabel terikat secara parsial. Uji ini dilaksanakan guna mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individu berdampak pada variabel terikat (Y). Caranya adalah bandingkan antara nilai t-hitung setiap variabel bebas dengan nilai t-tabel dengan derajat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan ketentuan:

- a. Jikalau nilai t-hitung  $>$  t-tabel (t-hitung  $>$  t-tabel) serta nilai signifikansi  $<$  5% (0,05), hingga bisa dikatakan jika terdapat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

- b. Jikalau nilai  $t$ -hitung  $<$  nilai  $t$ -tabel ( $t$ -hitung  $<$   $t$ -tabel) serta nilai signifikansi  $>$  0,05, hingga bisa dikatakan jika tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM MASJID RAYA BAITURRAHMAN SEMARANG**

#### **A. Deskripsi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

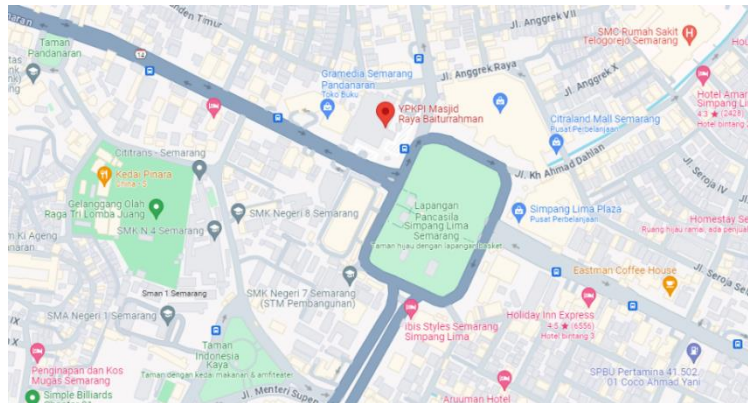
##### **1. Lokasi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

Masjid Raya Baiturrahman sebagai ikon Provinsi Jawa Tengah berlokasi di pusat Ibu Kota Jawa Tengah yakni Semarang, tepatnya di Jalan Pandanaran No. 126, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Masjid yang berada dibawah naungan Yayasan Pusat Kajian serta Pengembangan Islam Jawa Tengah (YPKPI-Jateng) ini dikenal dengan juga Masjid Simpang Lima Semarang dikarenakan letaknya yang tepat berlokasi di seberang Lapangan Pancasila Simpang Lima Semarang. Sedangkan jika dilihat secara geografis pada tingkat perkotaan, Masjid Raya Baiturrahman Semarang berbatasan dengan:

- a) Sebelah selatan : Jl. Pandanaran
- b) Sebelah barat : Gramedia Semarang
- c) Sebelah utara : Jl. Pekunden Timur
- d) Sebelah timur : Jl. Simpang Lima

Sebelumnya, lokasi Masjid Raya Baiturrahman merupakan sebuah area publik yang beralih fungsi menjadi tempat parkir. Namun, pada saat ini masjid ini jadi salah satu tempat ibadah yang indah serta sudah tertata dengan baik. Dikarenakan berada di kawasan pusat perkotaan Kota Semarang yang dikelilingi gedung tinggi di samping kanan dan kirinya seperti perhotelan, pusat perbelanjaan, pusat kuliner, aktivitas dan tingkat mobilitas masyarakat di sekitar masjid pun selalu ramai setiap harinya. Maka dari itu, karena lokasinya yang cukup strategis menjadikan Masjid Raya Baiturrahman gampang dijangkau dan dijumpai.

Secara visual, letak Masjid Raya Baiturrahman Semarang bisa diamati gambar 4.1.



Gambar 4.1 Peta *Google Maps* Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Sumber : <https://www.maps.google.com> diakses pada tanggal 22 Juli 2024 pukul 10.41 WIB

Dari peta, dapat dilihat jika Masjid Raya Baiturrahman berlokasi tengah Kota Semarang yakni tepatnya di kawasan Simping Lima Semarang. Jika dilihat kembali, Masjid Raya Baiturrahman Semarang berbatasan Jalan Pekunden Timur (sebelah utara), Jalan Pandanaran (sebelah selatan), Toko Buku Gramedia (sebelah barat), dan Jalan Simping Lima (sebelah timur).



Gambar 4.2 Penampakan Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024

## **2. Sejarah dan Latar Belakang Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

Yayasan Masjid Raya Baiturrahman di Semarang adalah yayasan yang mengawali proses pembangunan Masjid Raya Baiturrahman di Semarang. Sebelumnya, Yayasan Masjid Candi didirikan dan dipimpin oleh H. M. Bachrun pada tahun 1955. Yayasan ini merupakan cabang dari yayasan tersebut. Ketika Masjid Raya Baiturrahman pertama kali didirikan, pendirinya menginginkan agar masjid ini berfungsi sebagai tempat berkumpulnya umat Islam di wilayah Jawa Tengah. Dikarenakan pada saat itu menurut pendiri, umat Islam masih minim kesadaran akan arti penting persaudaraan sesama umat atau yang sering disebut *ukhuwah islamiyah*, harapan pendiri dengan adanya wadah pertemuan tersebut supaya tercipta ikatan persatuan dan persaudaraan yang kuat antar umat dan juga diharapkan adanya hubungan kerjasama sesama umat Islam itu sendiri.

Pada saat itu, sebenarnya terdapat banyak sekali masjid di Kota Semarang, termasuk masjid berukuran besar yang berada di lingkungan Pasar Johar serta masjid-masjid kecil lainnya yang tersebar di lingkungan pemukiman kota yang lebih kecil. Akan tetapi, setelah melalui banyak hal pertimbangan seperti pertumbuhan dan perkembangan jumlah warga Kota Semarang yang semakin bertambah tiap tahunnya, maka rencana untuk membangun masjid baru pun semakin tinggi. Berbeda dengan masjid-masjid sebelumnya, pembangunan masjid baru ini dirancang sebagai masjid yang bersifat monumental di wilayah provinsi Jawa Tengah dengan arsitektur bangunan yang mengolaborasikan unsur-unsur seni, budaya, serta pendidikan.

Selanjutnya, Yayasan Masjid Raya Baiturrahman ajukan permohonan pembangunan masjid pada Gubernur Jawa Tengah yang pada saat itu dipimpin oleh Moechtar dengan usulan nama Masjid Raya Baiturrahman pada tahun 1963. Adapun lokasinya berada di Semarang

Tengah, tepatnya di sekitar Lapangan Pancasila Simpang Lima Semarang. Kemudian permohonan tersebut akhirnya setuju pada tanggal 30 April 1963. Pada tahun berikutnya yakni tahun 1964, pondasi pagar di sekeliling masjid berhasil dibangun di atas tanah pemberian negara yang berstatus tanah hak pakai seluas 11.765 m<sup>2</sup>. Hal ini telah disebutkan dalam Buku Tanah Kantor Badan Pertahanan Nasional Kotamadya Semarang, hak pakai No. 25 tanggal 5 November 1990.

Pada tahun 1965, terjadi pemberontakan besar G30S/PKI hingga pembangunan Masjid Raya Baiturrahman Semarang terkendala dan harus dihentikan sementara. Lalu dua tahun setelahnya atau yang sering disebut sebagai *periode* perintisan yakni pada tahun 1967 yayasan mendapat dorongan untuk melanjutkan kembali pembangunan masjid atas perintah Gubernur Jawa Tengah (H. Moenadi). Pada tanggal 26 Januari 1968, pembangunan Masjid Baiturrahman telah rampung sepenuhnya. Sebagai langkah awal, didirikan 137 tiang beton sebagai fondasi dan penopang masjid. Bersamaan dengan itu, dibangun pula gedung kantor Yayasan Masjid Baiturrahman di dalam kompleks masjid. Ketua yayasan, H. Imam Sofwan, kemudian meresmikan pembangunan masjid tersebut pada tanggal 27 Februari 1969, atau sekitar setahun kemudian.

Tiga tahun setelahnya yakni pada tahun 1972 pembangunan masjid tertunda kembali dikarenakan mengalami kesulitan dalam hal keuangan. Agar pembangunan dapat segera dilanjutkan dan selesai, Gubernur Daerah Jawa Tengah pun turun tangan dan memberikan dukungan. Setelah itu, pada tanggal 7 Juli 1974, Gubernur Daerah Jawa Tengah mengambil alih tugas sebagai penanggung jawab penyelesaian pembangunan Masjid Baiturrahman, yang sebelumnya diawasi oleh Yayasan Masjid Baiturrahman. Setelah semuanya selesai, pembangunan masjid bisa dilanjutkan serta pada akhir tahun 1974 pembangunan masjid akhirnya selesai dengan sukses. Tepatnya pada

hari Ahad, 15 Desember 1974 atau 1 Dzulhijah 1394 H dilakukan peresmian Masjid Baiturrahman oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto. Periode ini dinamakan dengan *periode pembangunan*<sup>66</sup>.

Selanjutnya pada tahun 2003, yayasan dapat membentuk dan menyelenggarakan berbagai kegiatan dalam berbagai bidang misalnya dalam bidang peribadatan, yayasan berhasil menyelenggarakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) serta umrah sebagai bentuk pelayanan pada masyarakat. Yayasan Masjid Raya Baiturrahman telah berhasil membangun panti asuhan dan rumah mualaf, yang dikenal sebagai *Riyadhul Jannah*, di bidang sosial keagamaan. Sebuah kelompok studi agama wanita, lokakarya pengembangan keterampilan, dan program bantuan sosial untuk kaum kurang mampu semuanya telah didirikan oleh yayasan dengan fokus pada kaum wanita. Dana yang dikumpulkan untuk menjalankan program kegiatan tersebut diperoleh melalui gotong royong masyarakat, infaq dan sedekah, serta bantuan dari pemerintah<sup>67</sup>.

Pada masa ini, bangunan Masjid Baiturrahman yang berjumlah tiga lantai telah resmi berdiri dan sudah dapat dikunjungi serta digunakan oleh khalayak luas. Adapun ciri khas dari bangunan masjid ini ialah atap masjid berbentuk limas yang menggambarkan rumah adat khas provinsi Jawa Tengah. Masing-masing lantai mempunyai fungsi berbeda: (1) Wanita berkumpul untuk salat di lantai tiga atau paling atas, yang dapat menampung hingga 500 jamaah. (2) Jemaah sekitar 2.500 orang dapat ditampung di lantai dua, yang digunakan untuk salat kaum pria. (3) Aula pernikahan, ruang konferensi, perpustakaan, toilet, dan ruang kantor tambahan terletak di lantai utama<sup>68</sup>.

---

<sup>66</sup> Yayasan Masjid Raya Baiturrahman Semarang Dari Masa Ke masa (2006), hal. 10

<sup>67</sup> Yayasan Masjid Raya..., hal. 175

<sup>68</sup> Yayasan Masjid Raya..., hal. 13

### **3. Visi dan Misi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

Pada umumnya masjid mempunyai visi serta misi yang mulia untuk kesejahteraan umat. Masjid ini memiliki misi yang sama dengan Masjid Raya Baiturrahman, yaitu membina, membekali, dan membimbing masyarakat menuju *ummatan wasathan* (manusia moderat) melalui berbagai kegiatan ilmiah dan pendidikan yang dimulai sejak usia muda, baik pendidikan Islam maupun umum. Dengan demikian, visi dan tujuan masjid sangat penting untuk memastikan bahwa rencana kegiatan yang diantisipasi tersebut berhasil.

#### **a. Visi**

Terciptanya masjid sebagai pusat kegiatan peribadatan, dakwah, pendidikan, penelitian, kajian, serta pengembangan peradaban Islam di wilayah Jawa Tengah.

#### **b. Misi**

- 1) Memanfaatkan masjid sebagai tempat ibadah dengan mendukung ibadah umat Islam.
- 2) Memanfaatkan masjid sebagai pusat pendidikan agama Islam dengan membangun sekolah bercorak Islam serta memberi pendidikan agama pada umat Islam.
- 3) Memanfaatkan peran masjid sebagai pusat budaya Islam dengan mempromosikan Islam dan tingkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **4. Susunan Kelembagaan Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

Masjid pada umumnya memiliki struktur organisasi sebagaimana halnya sebuah organisasi. Struktur organisasi ialah sebuah bagan berisi pembagian fungsi-fungsi tugas dan wewenang yang mesti dilakukan guna menggapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Struktur organisasi ini sangat penting dan diperlukan dalam pelaksanaan pencapaian tujuan dan visi misi organisasi tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan struktur organisasi masjid adalah seluruh pembagian tugas, wewenang, dan tanggungjawab yang

berkaitan dengan seluruh pelaksanaan kegiatan di masjid. Struktur organisasi masjid bisa disederhanakan ataupun dikembangkan sesuai kebutuhan serta program dari sebuah masjid sehingga hal ini dapat menjadikan sebuah masjid berbeda antara satu dengan yang lain. Hasil dari informasi mengenai struktur serta susunan organisasi pengurus Masjid Raya Baiturrahman Semarang bisa diamati tabel 4.2<sup>69</sup>.

**Tabel 4.1 Susunan kelembagaan Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

No	NAMA	JABATAN
<b>PEMBINA</b>		
1	Prof. Dr. H. Muhibbin Noor, MA.	Ketua
2	Dr. KH. Mohammad Arja' Imroni, M.Ag	Sekretaris
3	Prof. Dr. H. Abdul Djamil, MA	Anggota
4	Prof Dr. Ir. H. Edi Noersasongko, M.Kom	Anggota
5	Drs. H. Supriyatno	Anggota
<b>PENGURUS</b>		
1	KH. Dr. Ahmad Darodji, M.Si.	Ketua Umum
2	Dr. KH. Anasom, M.Hum.	Ketua I Bidang Ketakmiran
3	Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, MA.	Ketua II Bidang Pendidikan
4	H. Ateng Chozani Miftah, S.E., Akt., M.Si	Ketua III Bidang Penelitian, Pengembangan, dan Kerjasama
5	Dra. Hj. Trusti Rahayu Herawati	Ketua IV Bidang Sosial dan Budaya
6	Prof. Dr. H. Abu Rochmad M., M.Ag	Ketua V Bidang Remaja dan Kaderisasi
7	Hj. Maryam Achmad, A.Md.	Ketua VI Bidang Wanita dan Keluarga Sakinah
8	H. Agus Sumartono, S.E	Ketua VII Bidang Sarana dan Prasarana
9	H. Nawawi, SH.	Sekretaris Umum
10	Drs. H. Sutopo	Sekretaris
11	Drs. Gatot Sudiarto	Bendahara Umum
12	Drs. H. Misbandono, M.M	Bendahara
<b>PENGAWAS</b>		
1	Drs. H. Widodo	Ketua
2	Marno Hery Sucipto, S.H	Sekretaris
3	Drs. H. Harsono, M.BA	Anggota
4	Wartedjo Tedjo Wibowo, S.Pd. MM.	Anggota

<sup>69</sup> <https://ypkpi-jateng.org/profil/struktur-organisasi/> diakses pada tanggal 19 Juni 2024 pukul 21.41 WIB

5	Drs. Suharsono, M.Si	Anggota
6	Dr. H. Multazam Ahmad, M.A	Ketua Bidang Takmir
7	Drs. H. Musadat Masykur, M.Pd	Ketua Seksi Hari Besar Islam
8	H. Mohammad Mu'izzuddin, M.Ag	Ketua Seksi Peribadatan
9	H. Mohammad Suwandi	Ketua Seksi Dakwah
10	Dr. H. Bunyamin, M.Pd	Ketua Bidang Pendidikan
11	Dra. Hj. Sri Tantowiyah, M.Pd	Ketua Seksi Pendidikan Formal
12	Drs. H. Sarjuli, S.H., M.Si.	Ketua Seksi Pendidikan Non Formal
13	Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag	Ketua Bidang Penelitian, Pengembangan, dan Kerjasama
14	Dr. Ir. Khosyi'in, S.T., M.T., IPM.	Ketua Seksi Penelitian dan Pengembangan
15	Drs. H. Soekasdi	Ketua Seksi Kerjasama
16	Drs. H. Nur Fauzan Ahmad, M.A	Ketua Bidang Sosial dan Budaya
17	Ir. H. Mochamad Zaqi, M.T	Ketua Seksi Sosial
18	Dr. H. Amrudin Mahfud Juma'i, S.E., M.M	Ketua Seksi Budaya
19	Prof. Dr. H. Nur Khoirin, M.A	Ketua Bidang Remaja dan Kaderisasi
20	Asrul Sani, M.Pd	Ketua Seksi Remaja
21	Drs. H. Sarjuni, M.Ag	Ketua Seksi Kaderisasi
22	Prof. Dr. Hj. Arihah, M.Ag	Ketua Bidang Wanita dan Keluarga Sakinah
23	Hj. Gatytsari Chotidjah, S.H., M.M	Ketua Seksi Wanita dan Majelis Taklim
24	dr. Hj. Siti Masfufah, M.Kes	Ketua Seksi Keluarga Sakinah
25	Ir. Bambang Pudjianto, M.T	Ketua Bidang Sarana dan Prasarana
26	Ir. Himawan Wicaksono	Ketua Seksi Perencana
27	H. Muchammad Solichin, S.T., M.T	Ketua Seksi Pelaksana
28	H. Al Ahyani, S.IP	Kepala Bagian Tata Usaha
29	Drs. H. Agus Setianto	Kepala Bagian Kepegawaian
30	Ahmad Setiawan, S.E., M.M	Kepala Bagian Rumah Tangga
<b>LEMBAGA-LEMBAGA</b>		
1	Drs. H. Musadat Masykur, M.Pd	UPZ Masjid Raya Baiturrahman
2	Dra. Hj. Trusti Rahayu Herawati	Panti Asuhan Riyadlul Jannah
3	Dr. KH. Fadholan Musyafa', Lc., M.A	KBIHU Baiturrahman

## 5. Kondisi Fisik Masjid Raya Baiturrahman Semarang

### a. Menara Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Salah satu bagian masjid yang tak terpisahkan adalah menara masjid. Menara ini menjadi bangunan penting yang biasanya terletak di halaman depan sebelah kanan sebuah masjid. Tujuan dibangunnya sebuah menara adalah sebagai mercusuar tempat

mengumandangkan adzan agar terdengar di seluruh penjuru. Adapun menara Masjid raya Baiturrahman Semarang berlokasi di sebelah kanan atau selatan dari arah Masjid Raya Baiturrahman. Menara tersebut dibangun sebagai mercusuar sekaligus bangunan pelengkap masjid yang menggambarkan ciri khas bangunan yang bersifat monumental. Menara tersebut mempunyai tinggi 45 meter yang dibagi 3 bagian, yakni:<sup>70</sup>

- 1) Kepala menara, ialah bagian paling atas menara dengan atap berbentuk segi lima yang menggambarkan simbol rukun Islam yang berjumlah lima dan juga sekaligus sebagai simbol kedekatan hubungan makhluk dengan Sang Pencipta. Lantai teratas ini digunakan oleh masyarakat untuk melihat *hilal* atau jatuhnya tanggal perhitungan Bulan Ramadhan.
- 2) Badan menara, ialah bagian tengah menara yang menyangga dan menghubungkan bagian kepala menara dengan kaki menara. Pada bagian ini terdapat tangga yang digunakan untuk naik ke lantai teratas (kepala menara).
- 3) Kaki menara, ialah lantai paling bawah menara, yang membentang dari lantai dasar hingga lantai tiga. Bagi Yayasan Masjid Raya Baiturrahman, lantai pertama berfungsi sebagai kantor sekretariat. Sementara peralatan penyerapan energi surya ditempatkan di lantai tiga.

---

<sup>70</sup> Yayasan Masjid Raya..., hal. 20



Gambar 4.3 Menara Masjid Raya Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*

b. Tempat Sholat

Secara umum, tempat untuk sholat Masjid Baiturrahman berada di lantai 2 serta lantai 3. Lantai 2 sebagai lantai utama dipergunakan untuk jama'ah laki-laki yang bisa dijangkau melalui tangga utama teras masjid. Sedangkan lantai 3 dipergunakan untuk jama'ah perempuan yang bisa dijangkau melalui tangga samping atau lift.



Gambar 4.4 Tempat Sholat Jama'ah Pria Masjid Raya  
Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*



Gambar 4.5 Tempat Sholat Jama'ah Wanita Masjid Raya  
Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*

c. Tempat Wudhu dan Kamar Mandi

Tempat wudhu dan kamar mandi Masjid Baiturrahman terletak pada lantai dasar/paling bawah. Tempat wudhu laki-laki serta perempuan dipisah, masing-masing berada di sebelah utara serta selatan bangunan masjid.



Gambar 4.6 Tempat Wudhu Perempuan Masjid Raya  
Baiturrahman Semarang

*Sumber: dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*



Gambar 4.7 Kamar Mandi Perempuan Masjid Raya  
Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*

d. Kolam Air Mancur

Salah satu yang menarik Masjid Baiturrahman adalah keberadaan kolam air mancur yang menghiasi halaman masjid. Kolam ini menambah kesan sejuk di lingkungan sekitar masjid. Wisatawan yang berkunjung dapat menikmatinya di teras masjid sembari melihat lalu lintas area Simpang Lima Semarang. Kolam ini semakin terlihat indah pada malam hari dikarenakan lampu-lampu yang berada di sekelilingnya.



Gambar 4.8 Penampakan Kolam Air Mancur Masjid Raya  
Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*

e. Tempat Parkir

Salah satu fasilitas penting yang disediakan oleh pihak penyelenggara wisata adalah tempat parkir. Tempat parkir sebagai tempat untuk alat akomodasi wisatawan di Masjid Baiturrahman Semarang berada di sebelah utara dan selatan masjid.



Gambar 4.9 Tempat Parkir Sebelah Utara Masjid Raya Baiturrahman Semarang

*Sumber : Dokumentasi pribadi, diambil pada 25 Mei 2024*

## B. Karakteristik Responden Penelitian

Dalam perihal ini, peneliti menjelaskan terkait karakteristik responden serta mengelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, kota/kabupaten domisili, dan pekerjaan. Adapula penjelasan setiap karakteristik responden yakni:

1. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	23	19,2%
2	Perempuan	97	80,8%
Jumlah		120	100%

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Dari tabel 4.2 ada 120 responden meliputi 23 orang berjenis kelamin laki-laki ataupun sama dengan 19,2% serta 97 orang berjenis kelamin perempuan ataupun setara 80,8%.

2. Identitas responden berdasarkan usia

**Tabel 4.3 Identitas responden berdasarkan usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20 tahun	34	28,3%
2	20-30 tahun	85	70,8%
3	>30 tahun	1	0,8%
Jumlah		120	100%

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Dari tabel 4.3, diketahui jika seluruh responden berusia <20 sampai >30 tahun berjumlah 120 orang. Dari jumlah 120 responden tersebut, usia <20 (kurang dari 20) tahun ada 34 orang ataupun setara 28,3%, usia 20-30 tahun ada 85 orang ataupun setara 70,8% serta usia >30 (lebih dari 30) tahun terdapat sebanyak 1 orang ataupun setara 0,8%.

3. Identitas responden berdasarkan kota/kabupaten domisili

**Tabel 4.4 Identitas responden berdasarkan kota/kabupaten domisili**

No	Domisili Kota/Kabupaten	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kota Semarang	81	67,5%
2	Kabupaten Kendal	3	2,5%
3	Kabupaten Demak	8	6,7%
4	Kabupaten Pati	4	3,3%
5	Kabupaten Jepara	1	0,8%
6	Kabupaten Rembang	2	1,7%
7	Kabupaten Purwodadi	2	1,7%
8	Kabupaten Pemalang	3	2,5%
9	Kabupaten Tegal	2	1,7%
10	Kabupaten Batang	1	0,8%
11	Kota/kabupaten luar Jawa Tengah	11	9,2%
No	Domisili Kota/Kabupaten	Frekuensi	Persentase (%)
12	Kota/kabupaten luar Pulau Jawa	2	1,7%
Jumlah		120	100%

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Dari data diatas terdapat 120 responden yang bertempat tinggal di beberapa daerah kota/kabupaten di Indonesia. Terdapat 81 orang domisili di Kota Semarang atau setara dengan 67,5%, 3 orang masing-masing domisili di Kabupaten Kendal dan Kabupaten Pemalang atau setara dengan 2,5%, 8 orang domisili di Kabupaten Demak atau setara dengan 6,7%, 4 orang domisili di Kabupaten Pati atau setara dengan 3,3%, 1 orang masing-masing domisili di Kabupaten Jepara dan Kabupaten Batang atau setara dengan 0,8%, 2 orang masing-masing domisili di Kabupaten Rembang, Purwodadi, Tegal dan kota/kabupaten luar Pulau Jawa (Kalimantan Tengah dan Sumatera Barat) atau setara dengan 1,7%, serta sebanyak 11 orang domisili luar Provinsi Jawa Tengah (Yogyakarta, Jakarta, Tangerang, Bandung, dan Jawa Timur) atau setara dengan 9,2%.

#### 4. Identitas responden berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.5 Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	92	76,7%
2	Pegawai negeri/swasta	13	10,8%
3	Wiraswasta	5	4,2%
4	Lain-lain	10	8,3%
Jumlah		120	100%

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Dari tabel 4.5, terdapat 120 responden yang mempunyai berbagai pekerjaan. Terdiri dari 92 orang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa atau setara dengan 76,7%, 13 orang bekerja sebagai pegawai negeri/swasta atau setara dengan 10,8%, 5 orang bekerja sebagai wiraswasta atau setara dengan 4,2%, dan 10 orang bekerja selain dari yang disebutkan atau setara dengan 8,3%. Lain-lain tersebut kemungkinan termasuk ibu rumah tangga, buruh/tani, pedagang dan sebagainya.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang terdapat pada BAB 1 diantaranya adalah; (1) Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang. (2) Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang. (3) Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

Dari data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk menguji hipotesis yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, pada bab ini nantinya akan dijelaskan mengenai: (a) Deskripsi Data, (b) Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), (c) Uji Hipotesis, (d) Analisis Regresi Linier Berganda, dan (e) Pembahasan dari hasil penelitian.

#### **A. Deskripsi Data Statistik**

Sugiyono menyebutkan bahwa statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai guna menganalisis data yang sudah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti tanpa bermaksud untuk mengguna kesimpulan secara global yakni dengan cara menjelaskan, mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang tersebut<sup>71</sup>. Sedangkan deskripsi data statistik adalah penjelasan dan penggambaran data yang telah terkumpul yang disajikan melalui tabel, diagram grafik, perhitungan modus, media, mean, dan sebagainya.

Data hasil penelitian ini mencakup tiga variabel bebas (variabel X) serta satu variabel terikat (Y), yakni daya tarik wisata (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3), serta minat berkunjung (variabel Y). Subbagian ini akan memberikan penjelasan data dari setiap variabel berdasarkan data yang dikumpulkan di lapangan, dengan tujuan untuk mengkarakterisasi dan menguji variabel independen serta dependen penelitian ini. Adapun hasil perhitungan statistik melalui program SPSS 25 bisa diamati tabel 5.1

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif ...*, hal. 147

**Tabel 5.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

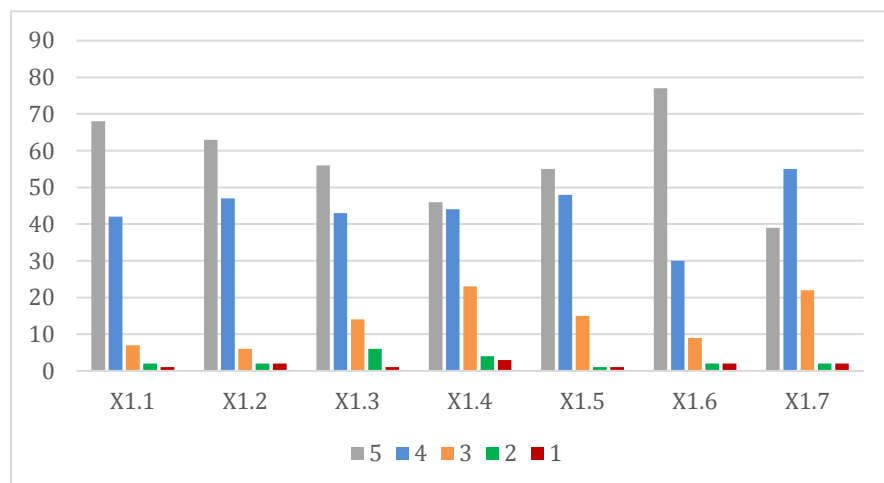
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik Wisata	120	7	35	29,96	4,608
Aksesibilitas	120	6	25	19,31	3,207
Fasilitas	120	15	50	41,61	6,255
Minat Berkunjung	120	12	45	35,86	5,960
Valid N (listwise)	120				

(Sumber : *output SPSS*, 2024)

Bersumber dari uji statistik deskriptif tabel 5.1 di atas, hasil memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai minimum serta maksimum, nilai mean beserta standar deviasi yang bervariasi. Penjelasan setiap variabel bisa diamati yakni:

### 1. Daya Tarik Wisata (X1)

Tanggapan responden pada faktor daya tarik wisata di Masjid Raya Baiturrahman Semarang menunjukkan indikator pilihan dari responden dengan beberapa sebaran yang bisa diamati gambar 5.1.



Gambar 5.1 Penilaian responden terhadap daya tarik objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Variabel daya tarik wisata diukur menggunakan angket yang disebar kepada 120 wisatawan yang berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang. Jumlah butir instrumen daya tarik wisata terdiri dari 7 butir

instrumen yang dinyatakan valid. Skor yang tersedia dalam skala likert ialah 1, 2, 3, 4, serta 5. Artinya, skor ideal terendah ialah 7 serta skor ideal tertinggi ialah 35. Faktor daya tarik wisata bisa dikategorikan dalam 5 kategori yakni; kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah serta sangat rendah. Pada tabel hasil uji deskriptif ditemukan nilai rata-rata (Mean) daya tarik wisata sebesar 29,95 sedangkan nilai standar deviasinya (sd) sebesar 4,60 sebagaimana bisa diamati **tabel 5.1**. Pembagian kategori daya tarik wisata bisa diamati tabel 5.2.

**Tabel 5.2 Pembagian Kategori Variabel Daya Tarik Wisata**

No	Kriteria	Rumus	Skala
1	Sangat Tinggi	$M+1.5sd < X$	$= 29,95 + 1,5 (4,60) < X$ $= 29,95 + 6,9 < X$ $= \mathbf{36,85 < X}$
2	Tinggi	$M+0,5sd < X < M+1.5sd$	$= 29,95 + 0,5 (4,60) < X < 29,95 + 1,5 (4,60)$ $= 29,95 + 2,3 < X < 29,95 + 6,9$ $= \mathbf{32,25 < X < 36,85}$
3	Sedang	$M-0.5sd < X < M +0,5sd$	$= 29,95 - 0,5 (4,60) < X < 29,95 + 0,5 (4,60)$ $= 29,95 - 2,3 < X < 29,95 + 2,3$ $= \mathbf{27,65 < X < 32,25}$
4	Rendah	$M-1.5sd < X < M - 0.5sd$	$= 29,95 - 1,5 (4,60) < X < 29,95 - 0,5 (4,60)$ $= 29,95 - 6,9 < X < 29,95 - 2,3$ $= \mathbf{23,05 < X < 27,65}$
5	Sangat Rendah	$X < M - 1,5sd$	$= X < 29,95 - 1,5 (4,60)$ $= X < 29,95 - 6,9$ $= \mathbf{X < 23,05}$

Berhubungan dengan besarnya frekuensi yang mengisi kriteria setiap wilayah deskripsi statistik di atas, untuk dapat lebih detailnya dipaparkan tabel 5.3.

**Tabel 5.3 Kriteria Variabel Daya Tarik Wisata**

Daya Tarik Wisata				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	<23	9	7,4	7,5	7,5
	23-27	17	14,0	14,2	21,7
	28-32	55	45,5	45,8	67,5
	33-34	18	14,9	15,0	82,5
	35	21	17,4	17,5	100,0
	Total	120	99,2	100,0	

(Sumber: *Output SPSS*, 2024)

Bersumber dari tabel 5.3 *output SPSS* ditemukan jika daya tarik wisata Masjid Raya Baiturrahman Semarang tergolong jadi 5 tingkatan atau kriteria. Kriteria sangat rendah berkisar antara interval 7-23, kriteria rendah berkisar antara interval 23-27, kriteria sedang berkisar antara interval 28-32, kriteria tinggi berkisar antara interval 33-34, dan kriteria sangat tinggi berkisar dalam interval 35. Untuk memudahkan deskripsi statistik tentang jumlah frekuensi yang memenuhi kriteria daya tarik wisata di atas secara mudah bisa diamati pada tabel.

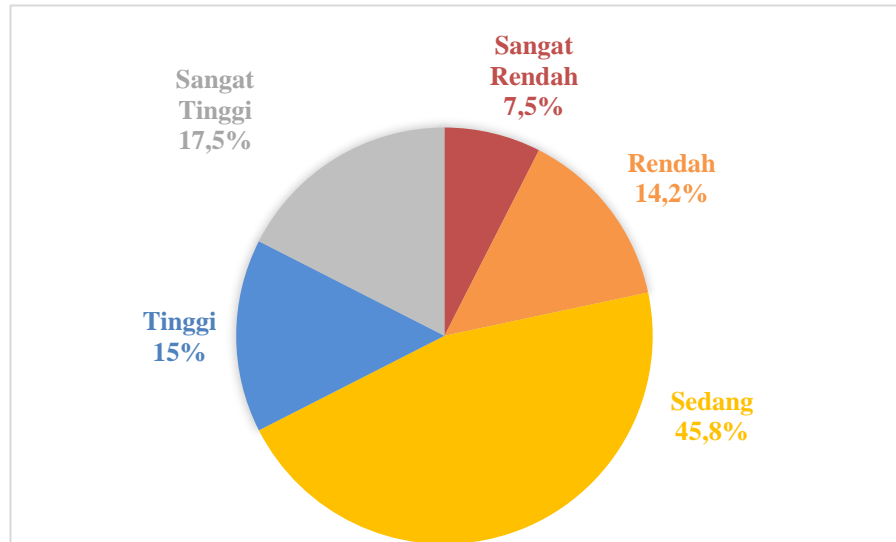
**Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Daya Tarik Wisata**

Kategori	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Rendah	9	7,5%
Rendah	17	14,2%
Sedang	55	45,8%
Tinggi	18	15,0%
Sangat Tinggi	21	17,5%
Total	120	100%

(Sumber: olah data primer, 2024)

Hasil menunjukkan bahwa daya tarik wisata Masjid Raya Baiturrahman Semarang adalah sebanyak 9 atau setara dengan 7,5% pada kategori sangat rendah, sebanyak 17 atau setara dengan 14,2% pada kategori rendah, sebanyak 55 atau setara dengan 45,8% pada kategori sedang, sejumlah 18 atau setara dengan 18% pada kategori tinggi, dan sejumlah 21 atau setara dengan 17,5% pada kategori sangat tinggi. Maka dari itu, variabel daya tarik wisata memiliki kecenderungan pada kategori

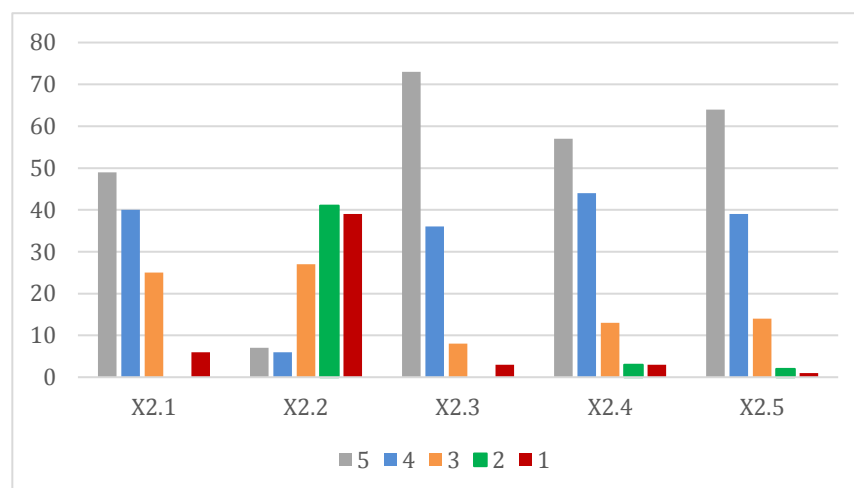
atau tingkatan “**sedang**”. Berdasarkan tabel 5.4 dapat diguna diagram berikut.



Gambar 5.2 Persentase Skor Responden Variabel Daya Tarik Wisata

## 2. Aksesibilitas (X2)

Tanggapan responden terhadap faktor aksesibilitas menuju Masjid Raya Baiturrahman Semarang menunjukkan indikator pilihan dari responden dengan beberapa sebaran yang dapat dilihat pada gambar 5.3.



Gambar 5.3 Penilaian responden terhadap aksesibilitas menuju lokasi Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Jumlah butir instrumen daya tarik wisata terdiri dari 5 butir instrumen yang dinyatakan valid. Skor yang tersedia dalam skala likert ialah 1, 2, 3, 4, serta 5. Artinya, skor ideal terendah ialah 5 serta skor ideal tertinggi ialah 25. Variabel aksesibilitas bisa dikategorikan dalam 5 kategori yakni; kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah serta sangat rendah. Pada tabel hasil uji deskriptif ditemukan nilai rata-rata (Mean) daya tarik wisata sebesar 19,31 sedangkan nilai standar deviasinya (sd) sebesar 3,207 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 5.1. Pembagian kategori daya tarik wisata bisa diamati tabel 5.2.

**Tabel 5.5 Pembagian Kategori Variabel Aksesibilitas**

No	Kriteria	Rumus	Skala
1	Sangat Tinggi	$M+1.5sd < X$	$= 19,31 + 1,5 (3,207) < X$ $= 19,31 + 4,810 < X$ $= \mathbf{24,12 < X}$
2	Tinggi	$M+0,5sd < X < M+1.5sd$	$= 19,31 + 0,5 (3,207) < X < 19,31 + 1,5 (3,207)$ $= \mathbf{20,91 < X < 24,12}$
3	Sedang	$M-0.5sd < X < M+0,5sd$	$= 19,31 - 0,5 (3,207) < X < 19,31 + 0,5 (3,207)$ $= \mathbf{17,70 < X < 20,91}$
4	Rendah	$M-1.5sd < X < M-0.5sd$	$= 19,31 - 1,5 (3,207) < X < 19,31 - 0,5 (3,207)$ $= \mathbf{14,50 < X < 17,70}$
5	Sangat Rendah	$X < M - 1,5sd$	$= X < 19,31 - 1,5 (3,207)$ $= X < 19,31 - 4,810$ $= \mathbf{X < 14,50}$

Berkaitan dengan besarnya frekuensi yang mengisi kriteria setiap wilayah deskripsi statistik dipaparkan dalam tabel SPSS berikut ini:

**Tabel 5.6 Kriteria Variabel Aksesibilitas**

Aksesibilitas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	<14	6	4,9	5,0	5,0
	15-17	22	17,9	18,3	23,3

	18-20	48	39,0	40,0	63,3
	21-24	38	30,9	31,7	95,0
	25	6	4,9	5,0	100,0
	Total	120	97,6	100,0	
Total		123	100,0		

(Sumber: *Output SPSS*, 2024)

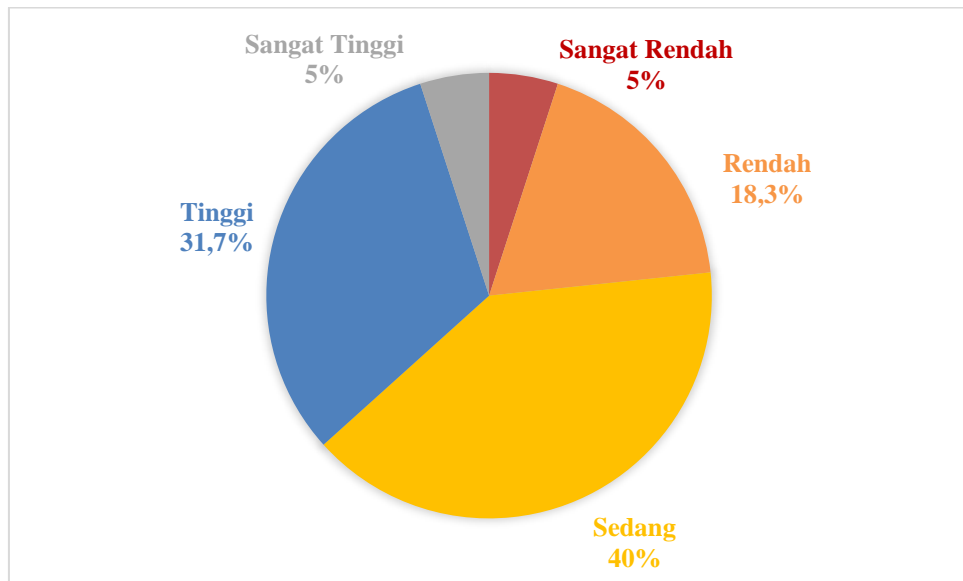
Bersumber tabel *output SPSS* di atas ditemukan bahwa aksesibilitas menuju objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang tergolong jadi 5 tingkatan atau kriteria. Kriteria sangat rendah berkisar antara interval 5-14, kriteria rendah berkisar antara interval 15-17, kriteria sedang berkisar antara interval 18-20, kriteria tinggi berkisar antara interval 21-24, dan kriteria sangat tinggi berkisar dalam interval 25. Untuk memudahkan deskripsi statistik tentang jumlah frekuensi yang memenuhi kriteria daya tarik wisata di atas secara mudah bisa diamati tabel 5.7.

**Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Aksesibilitas**

Kategori	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Rendah	6	5%
Rendah	22	18,3%
Sedang	48	40%
Tinggi	38	31,7%
Sangat Tinggi	6	5%
Total	120	100%

(Sumber: olah data primer, 2024)

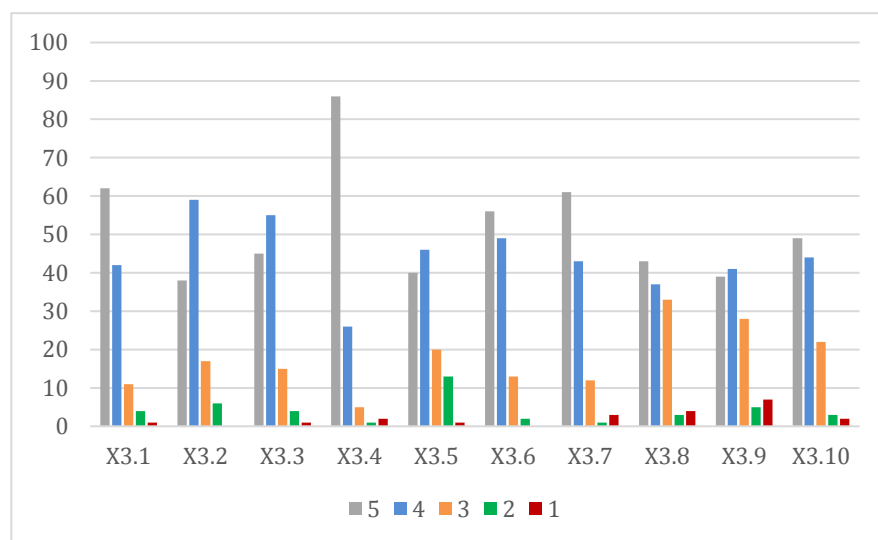
Bersumber pada tabel 5.7 hasil menunjukkan bahwa aksesibilitas menuju objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang adalah sebanyak 6 atau setara dengan 5% pada kategori sangat rendah, sebanyak 22 atau setara dengan 18,3% pada kategori rendah, sebanyak 48 atau setara dengan 40% pada kategori sedang, sejumlah 38 atau setara 31,7% pada kategori tinggi, dan sejumlah 6 atau setara 5% pada kategori sangat tinggi. Maka dari itu, variabel aksesibilitas memiliki kecenderungan pada kategori atau tingkatan “**sedang**”. Berdasarkan tabel 5.7 dapat dibuat diagram berikut.



Gambar 5.4 Persentase Skor Responden Variabel Aksesibilitas

### 3. Fasilitas (X3)

Tanggapan responden terhadap faktor fasilitas disediakan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang menunjukkan indikator pilihan dari responden dengan beberapa sebaran yang dapat dilihat gambar 5.5.



Gambar 5.5 Penilaian responden terhadap fasilitas yang disediakan oleh Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Jumlah butir instrumen fasilitas terdiri dari 10 butir instrumen yang dinyatakan valid. Skor yang tersedia dalam skala likert ialah 1, 2, 3, 4, serta 5. Artinya, skor ideal terendah ialah 10 serta skor ideal tertinggi ialah 55. Variabel fasilitas bisa dikategorikan dalam 5 kategori yakni; kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah serta sangat rendah. Pada tabel hasil uji deskriptif ditemukan nilai rata-rata (Mean) daya tarik wisata sebesar 41,61 sedangkan nilai standar deviasinya (sd) sebesar 6,255 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 5.1. Pembagian kategori daya tarik wisata bisa diamati tabel 5.

**Tabel 5.8 Pembagian Kategori Variabel Fasilitas**

No	Kriteria	Rumus	Skala
1	Sangat Tinggi	$M+1.5sd < X$	$= 41,61 + 1,5 (6,255) < X$ $= 41,61 + 9,382 < X$ $= \mathbf{50,99 < X}$
2	Tinggi	$M+0,5sd < X <$ $M+1.5sd$	$= 41,61 + 0,5 (6,255) < X <$ $41,61 + 1,5 (6,255)$ $= \mathbf{44,73 < X < 50,99}$
3	Sedang	$M-0.5sd < X < M$ $+0,5sd$	$= 41,61 - 0,5 (6,255) < X <$ $41,61 + 0,5 (6,255)$ $= \mathbf{38,48 < X < 44,73}$
4	Rendah	$M-1.5sd < X < M -$ $0.5sd$	$= 41,61 - 1,5 (6,255) < X <$ $41,61 - 0,5 (6,255)$ $= \mathbf{32,22 < X < 38,48}$
5	Sangat Rendah	$X < M - 1,5sd$	$= X < 41,61 - 1,5 (6,255)$ $= X < 41,61 - 9,382$ $= \mathbf{X < 32,22}$

Berkaitan dengan besarnya frekuensi yang mengisi kriteria setiap wilayah deskripsi statistik dipaparkan dalam tabel SPSS berikut ini:

**Tabel 5.9 Kriteria Variabel Aksesibilitas**

		Fasilitas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<32	7	5,7	5,8	5,8
	33-38	26	21,1	21,7	27,5
	39-44	41	33,3	34,2	61,7
	45-49	35	28,5	29,2	90,8
	50	11	8,9	9,2	100,0
	Total	120	97,6	100,0	
Total		123	100,0		

(Sumber: *Output SPSS*, 2024)

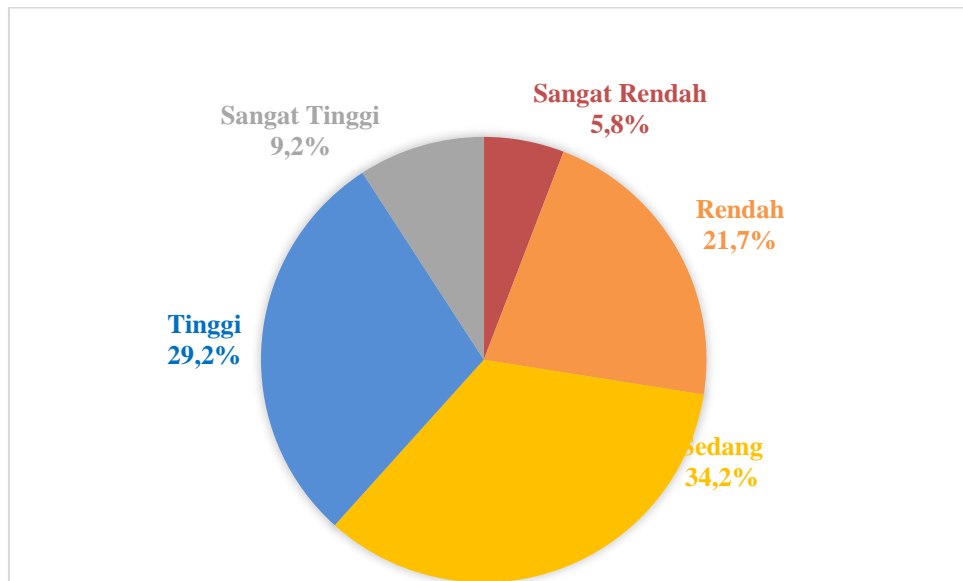
Bersumber tabel *output SPSS* di atas ditemukan bahwa fasilitas yang telah disediakan di Raya Baiturrahman Semarang tergolong jadi 5 tingkatan atau kriteria. Kriteria sangat rendah berkisar antara interval 10-32, kriteria rendah berkisar antara interval 33-38, kriteria sedang berkisar antara interval 39-44, kriteria tinggi berkisar antara interval 45-49, dan kriteria sangat tinggi berkisar dalam interval 50. Untuk memudahkan deskripsi statistik tentang jumlah frekuensi yang memenuhi kriteria daya tarik wisata di atas secara mudah bisa diamati tabel berikut:

**Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Fasilitas**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Frekuensi (%)</b>
Sangat Rendah	7	5,8%
Rendah	26	21,7%
Sedang	41	34,2%
Tinggi	35	29,2%
Sangat Tinggi	11	9,2%
Total	120	100%

(Sumber: olah data primer, 2024)

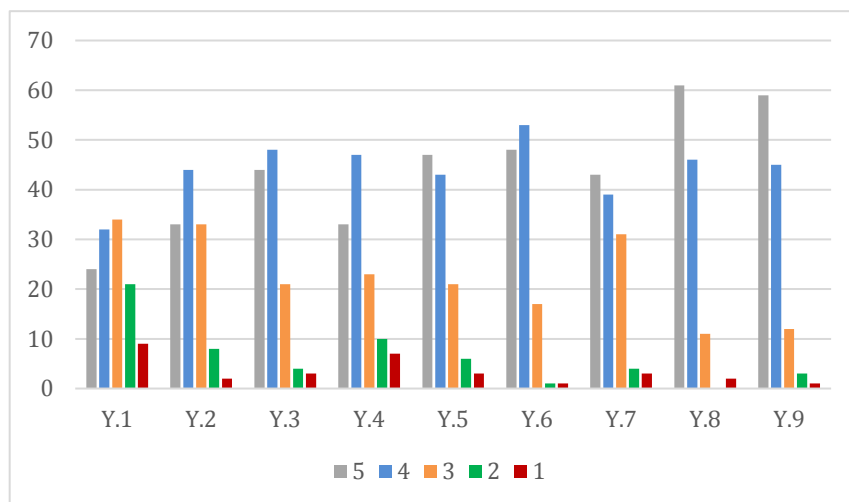
Hasil memperlihatkan bahwa fasilitas telah disediakan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang adalah sebanyak 7 atau setara dengan 5,8% pada kategori sangat rendah, sejumlah 26 ataupun setara dengan 21,7% pada kategori rendah, sebanyak 41 atau setara dengan 34,2% pada kategori sedang, sebanyak 35 atau setara dengan 29,2% pada kategori tinggi, dan sebanyak 11 atau setara dengan 9,2% pada kategori sangat tinggi. Maka dari itu, variabel fasilitas memiliki kecenderungan pada kategori atau tingkatan “**sedang**”. Berdasarkan tabel 5.10 dapat dibuat diagram berikut.



Gambar 5.6 Persentase Skor Responden Variabel Fasilitas

#### 4. Minat Berkunjung (Y)

Tanggapan responden terhadap faktor minat berkunjung wisatawan ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang menunjukkan indikator pilihan dari responden dengan beberapa sebaran yang bisa diamati gambar 5.7.



Gambar 5.7 Penilaian responden terhadap minat berkunjung wisatawan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Jumlah butir instrumen minat berkunjung terdiri dari 9 butir instrumen yang dinyatakan valid. Skor yang tersedia dalam skala likert ialah 1, 2, 3, 4, serta 5. Artinya, skor ideal terendah ialah 9 serta skor ideal tertinggi ialah 45. Faktor fasilitas bisa dikategorikan dalam 5 kategori yakni; kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah serta sangat rendah. Pada tabel hasil uji deskriptif ditemukan nilai rata-rata (Mean) daya tarik wisata sebesar 35,86 sedangkan nilai standar deviasinya (sd) sebesar 5,960 sebagaimana dapat dilihat pada tabel 5.1. Pembagian kategori daya tarik wisata bisa diamati pada tabel.

**Tabel 5.11 Pembagian Kategori Variabel Minat Berkunjung**

No	Kriteria	Rumus	Skala
1	Sangat Tinggi	$M+1.5sd < X$	$= 35,86 + 1,5 (5,96) < X$ $= 35,86 + 8,94 < X$ $= \mathbf{44,8 < X}$
2	Tinggi	$M+0,5sd < X <$ $M+1.5sd$	$= 35,86 + 0,5 (5,96) < X < 35,86$ $+ 1,5 (5,96)$ $= \mathbf{38,84 < X < 44,8}$
3	Sedang	$M-0.5sd < X < M$ $+0,5sd$	$= 35,86 - 0,5 (5,96) < X < 35,86$ $+ 0,5 (5,96)$ $= \mathbf{32,88 < X < 38,84}$
4	Rendah	$M-1.5sd < X < M -$ $0.5sd$	$= 35,86 - 1,5 (5,96) < X < 35,86$ $- 0,5 (5,96)$ $= \mathbf{26,92 < X < 32,88}$
5	Sangat Rendah	$X < M - 1,5sd$	$= X < 35,86 - 1,5 (5,96)$ $= X < 35,86 - 8,94$ $= \mathbf{X < 26,92}$

Berkaitan dengan besarnya frekuensi yang mengisi kriteria setiap wilayah deskripsi statistik dipaparkan dalam tabel SPSS berikut ini:

**Tabel 5.12 Kriteria Variabel Minat Berkunjung**

Minat Berkunjung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<27	10	8,1	8,3	8,3
	28-32	17	13,8	14,2	22,5
	33-38	52	42,3	43,3	65,8
	39-43	31	25,2	25,8	91,7

	44-45	10	8,1	8,3	100,0
	Total	120	97,6	100,0	
Total		123	100,0		

(Sumber: *Output SPSS*, 2024)

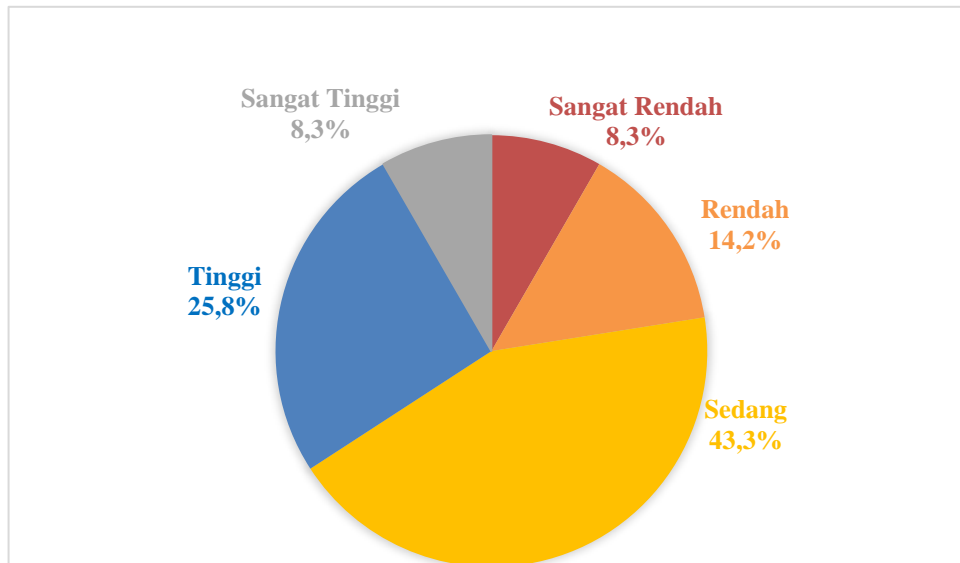
Bersumber tabel *output SPSS* di atas ditemukan bahwa minat berkunjung wisatawan Masjid Raya Baiturrahman Semarang tergolong menjadi 5 tingkatan atau kriteria. Kriteria sangat rendah berkisar antara interval 9-27, kriteria rendah berkisar antara interval 28-32, kriteria sedang berkisar antara interval 33-38, kriteria tinggi berkisar antara interval 39-43, dan kriteria sangat tinggi berkisar antara interval 44-45. Untuk memudahkan deskripsi statistik tentang jumlah frekuensi yang memenuhi kriteria daya tarik wisata di atas secara mudah bisa diamati tabel 5.13.

**Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Minat Berkunjung**

Kategori	Frekuensi	Frekuensi (%)
Sangat Rendah	10	8,3%
Rendah	17	14,2%
Sedang	52	43,3%
Tinggi	31	25,8%
Sangat Tinggi	10	8,3%
Total	120	100%

(Sumber: olah data primer, 2024)

Hasil menunjukkan bahwa minat berkunjung wisatawan Masjid Raya Baiturrahman Semarang adalah sebanyak 10 atau setara dengan 8,3% pada kategori sangat rendah, sebanyak 17 atau setara dengan 14,2% ada kategori rendah, sebanyak 52 atau setara dengan 43,3% pada kategori sedang, sebanyak 31 atau setara dengan 25,8% pada kategori tinggi, dan sebanyak 10 atau setara dengan 8,3% pada kategori sangat tinggi. Maka dari itu, variabel minat berkunjung memiliki kecenderungan pada kategori atau tingkatan “**sedang**”. Berdasarkan tabel 5.13 dapat dibuat diagram sebagai berikut.



Gambar 5.8 Persentase Skor Responden Variabel Minat Berkunjung

## B. Pengujian Prasyarat Analisis

### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas bermaksud guna memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar valid sehingga dapat dianggap sebagai alat yang tepat untuk mengukur hasil penelitian. Butir instrumen bisa dikatakan valid jikalau nilai r-hitung pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 lebih besar daripada nilai r-tabel. Jikalau nilai r-hitung < nilai r-tabel, sehingga instrumen penelitian dianggap tidak valid serta tidak dapat digunakan penelitian. Dalam penelitian ini, standar validitas dipakai ialah bahwa nilai r-hitung harus > nilai r-tabel. *Df (degree of freedom)* bisa dihitung menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{r-tabel : df} &= n - 2 \\
 &= 120 - 2 \\
 &= 118
 \end{aligned}$$

Sehingga hasil dari r-tabel pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 118 adalah 0,193. Artinya, instrumen penelitian dapat dibilang valid jikalau nilai r-hitung > 0,193. Adapula hasilnya bisa diamati pada tabel 3.3.

**Tabel 5. 14 Validitas Variabel Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Minat Berkunjung**

Item Pernyataan	r- hitung	Sig.	Keterangan
<b>DAYA TARIK WISATA (X1)</b>			
X1.1	0,615	0,193	Valid
X1.2	0,163	0,193	Tidak Valid
X1.3	0,675	0,193	Valid
X1.4	0,814	0,193	Valid
X1.5	0,772	0,193	Valid
X1.6	0,664	0,193	Valid
X1.7	0,498	0,193	Valid
X1.8	0,187	0,193	Tidak Valid
X1.9	0,664	0,193	Valid
<b>Aksesibilitas (X2)</b>			
X2.1	0,191	0,193	Tidak Valid
X2.2	0,578	0,193	Valid
X2.3	0,189	0,193	Tidak Valid
X2.4	0,495	0,193	Valid
X2.5	0,190	0,193	Tidak Valid
X2.6	0,509	0,193	Valid
X2.7	0,704	0,193	Valid
X2.8	0,448	0,193	Valid
<b>Fasilitas (X2)</b>			
X3.1	0,667	0,193	Valid
X3.2	0,669	0,193	Valid
X3.3	0,817	0,193	Valid
X3.4	0,738	0,193	Valid
X3.5	0,760	0,193	Valid
X3.6	0,733	0,193	Valid
X3.7	0,733	0,193	Valid
X3.8	0,686	0,193	Valid
X3.9	0,744	0,193	Valid
X3.10	0,620	0,193	Valid
<b>Minat Berkunjung (Y)</b>			
Y.1	0,605	0.005	Valid

Item Pernyataan	r- hitung	Sig.	Keterangan
Y.2	0,474	0,193	Valid
Y.3	0,685	0,193	Valid
Y.4	0,809	0,193	Valid
Y.5	0,722	0,193	Valid
Y.6	0,818	0,193	Valid
Y.7	0,774	0,193	Valid
Y.8	0,744	0,193	Valid
Y.9	0,850	0,193	Valid

Bersumber pada tabel 5.14 diatas hasil uji validitas, beberapa item pernyataan pada variabel Daya Tarik Wisata serta Aksesibilitas yaitu pernyataan X1.2, X1.8, X2.1, X2.3, dan X2.5 mempunyai nilai r-hitung < r-tabel (0,193) sehingga hasil uji validitas pada item-item tersebut dinyatakan tidak valid. Sedangkan pada variabel Fasilitas dan Minat Berkunjung, semua item pernyataan mempunyai nilai r-hitung > r-tabel (0,193) beserta memiliki nilai signifikan < 0,05 hingga hasil uji validitas pada item-item tersebut dinyatakan valid. Pernyataan-pernyataan yang telah valid dapat dimasukkan sebagai item pernyataan dalam kuesioner.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan guna ketahu kestabilan alat ukur penelitian yang berupa angket atau kuesioner apabila diujikan dengan subjek yang sama hasilnya konsisten, sehingga dapat dianggap sebagai alat ukur yang reliabel. Uji reliabel penelitian ini mengenakan program SPSS 25.

Skala bertingkat dapat digunakan untuk mengkarakterisasi derajat ketergantungan konsistensi internal, dan teknik rumus *Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk menilai keandalan berbagai instrumen penelitian, termasuk survei. Berikut ini adalah arti dari nilai Cronbach Alpha:<sup>72</sup>

- Jikalau nilai *Alpha Cronbach* > 0.90, sehingga reliabilitas sempurna.

<sup>72</sup> Darwin et al., *Metode Penelitian Pendekatan...*, hal.145.

- Jikalau nilai *Alpha Cronbach* 0.70 - 0.90, sehingga reliabilitas tinggi.
- Jikalau nilai *Alpha Cronbach* 0.50 - 0.70, sehingga reliabilitas moderat.
- Jikalau nilai *Alpha Cronbach* < 0.50, sehingga reliabilitas rendah.

Adapun hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel yang didapatkan adalah:

a) Daya Tarik Wisata (X1)

**Tabel 5.15 Hasil Uji Reliabel Variabel X1**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,890	7

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari uji reliabilitas untuk variabel Daya Tarik Wisata memperlihatkan nilai *Cronbach Alpha* 0,890 > 0,50. Hingga, bisa dibayangkan jika item pernyataan aspek Daya Tarik Wisata dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi (nilai *Cronbach Alpha* 0,70 – 0,90) sehingga dapat dipergunakan untuk pengumpulan data.

b) Aksesibilitas

**Tabel 5.16 Hasil Uji Reliabel Variabel X2**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,691	5

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil dari uji reliabilitas guna variabel Aksesibilitas memperlihatkan nilai *Cronbach Alpha*

0,691 > 0,50. Jadi, dapat dikatakan jika item pernyataan aspek Aksesibilitas dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas moderat (nilai *Cronbach Alpha* (0,50 – 0,70) hingga bisa dipergunakan untuk pengumpulan data.

c) Fasilitas

**Tabel 5.17 Hasil Uji Reliabel Variabel X3**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,884	10

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil dari uji reliabilitas guna variabel Fasilitas memperlihatkan nilai *Cronbach Alpha* 0,884 > 0,50. Jadi, dapat dikatakan jika item pernyataan aspek Fasilitas dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi (nilai *Cronbach Alpha* (0,50 – 0,70) hingga bisa dipergunakan guna pengumpulan data.

d) Minat Berkunjung

**Tabel 5.18 Hasil Uji Reliabel Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	9

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil dari uji reliabilitas untuk variabel Minat Berkunjung memperlihatkan nilai *Cronbach Alpha* 0,875 > 0,50. Sehingga, bisa dikatakan jika item pernyataan aspek Minat Berkunjung dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas tinggi (nilai *Cronbach Alpha* 0,70 – 0,90) hingga bisa dipakai guna pengumpulan data.

### C. Uji Asumsi Klasik

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas data penelitian, langkah selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik atau uji prasyarat analisis data terlebih dahulu sebelum melakukan pengujian regresi. Adapun uji prasyarat analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ialah uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat jika nilai residual dari variabel berdistribusi itu normal atau tidak. Pada penelitian ini analisis uji normalitasnya menggunakan satatistik *One-sample Kolmogrov-Smirnov Test* dengan menggunakan Program *SPSS*. Kriteria yang dipakai adalah melalui pendekatan atau nilai *Exact Sig. (2-tailed)*. Jikalau signifikansi  $< 0,05$  berarti ada perbedaan signifikan serta artinya data tidak normal. Sebaliknya, jikalau signifikansi  $> 0,05$  hingga tidak terjadi perbedaan signifikan serta berarti data normal. Berikut merupakan hasil uji normalitasnya:

Tabel 5.19 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,32745681
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,059
	Negative	-,061
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil dari uji normalitas mempermudah nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $0,200 > 0,05$ . Jadi, bisa dikatakan jika nilai

signifikansi keempat variabel  $> 0,05$  hingga uji normalitas data disebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Data yang diperoleh dari setiap variabel penelitian dilakukan pengujian multikolinearitas menggunakan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistic 25*. Pengujian multikolinearitas tersebut bermaksud guna mengetahui apakah model regresi dijumpai adanya korelasi atau hubungan antara variabel bebas (independen). Untuk melakukan pengujian multikolinearitas bisa dilaksanakan dengan melihat nilai VIF setiap variabel independen. Jikalau nilai VIF  $< 10,00$  serta nilai toleran  $> 0,10$  sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas. Sementara itu jikalau nilai VIF  $> 10,00$  serta nilai toleran  $< 0,10$  sehingga data menunjukkan masalah multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 5.20 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.371	3.032		1.771	.079		
	Daya Tarik Wisata	.333	.118	.257	2.815	.006	.545	1.836
	Aksesibilitas	.547	.164	.293	3.339	.001	.593	1.686
	Fasilitas	.239	.093	.252	2.567	.012	.472	2.118

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil uji multikolinearitas guna variabel Daya Tarik Wisata memperlihatkan nilai toleran  $0,545 > 0,10$  serta nilai VIF sejumlah  $1,836 < 10,00$ . Adapun variabel Aksesibilitas menunjukkan nilai toleran  $0,593 > 0,10$  serta nilai VIF sejumlah  $1,686 < 10,00$ . Variabel Fasilitas menunjukkan nilai toleran  $0,472 > 0,10$  serta nilai VIF sejumlah  $2,118 < 10,00$ . Jadi bisa dikatakan jika semua variabel bebas (independen)

mempunyai nilai toleran  $>0.10$  serta nilai VIF  $<10,00$  hingga data penelitian dikatakan bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu dengan yang lain. Salah satu cara yang dipakai guna uji masalah heteroskedastisitas ialah dengan metode *glejser*. Jikalau nilai sig  $> 0,05$  sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas data sebaliknya jikalau nilai sig  $< 0,05$  sehingga terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 5.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.993	1.894		2.637	.010		
	Daya Tarik Wisata	.109	.074	.181	1.470	.144	.545	1.836
	Aksesibilitas	-.184	.102	-.212	-1.799	.075	.593	1.686
	Fasilitas	-.033	.058	-.075	-.571	.569	.472	2.118

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel, hasil dari uji heteroskedastisitas untuk variabel Daya Tarik Wisata menunjukkan nilai signifikansi sejumlah  $0,144 > 0,05$ . Variabel Aksesibilitas menunjukkan nilai signifikansi sejumlah  $0,075 > 0,05$  serta variabel Fasilitas sejumlah  $0,569 > 0,05$ . Jadi bisa dikatakan jika seluruh variabel bebas (independen) mempunyai nilai signifikansi  $> 0.05$  hingga data penelitian dinyatakan bebas ataupun tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## D. Uji Hipotesis

Pada tahap selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis penelitian yaitu untuk menguji secara empiris pengaruh Daya Tarik Wisata (X1), Aksesibilitas (X2), Fasilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung (Y) ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang. Adapun hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut:

H0 : Tidak ada pengaruh antara daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap berkunjung wisatawan di Wisata Religi Masjid Baiturrahman.

H1 : Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Masjid Baiturrahman.

H2 : Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Masjid Baiturrahman.

H3 : Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Masjid Baiturrahman.

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh 2 ataupun lebih variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut bisa dilihat melalui berbagai cara seperti uji t (parsial) dan uji f (simultan) serta determinasi koefisien *R Square*. Berikut adalah uji analisis regresi linear berganda:

**Tabel 5.22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.371	3.032		1.771	.079		
	Daya Tarik Wisata	.333	.118	.257	2.815	.006	.545	1.836
	Aksesibilitas	.547	.164	.293	3.339	.001	.593	1.686

	Fasilitas	.239	.093	.252	2.567	.012	.472	2.118
a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG								

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel *coefficients* (a) memperlihatkan jika model persamaan regresi guna perkiraan minat berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh faktor daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas. Adapun model regresi linier berganda dengan 3 variabel bebas serta satu variabel terikat dengan persamaan regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

## 2. Uji t (Parsial)

Uji statistik t dilaksanakan dengan tujuan guna menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (X) pada variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian ini dilaksanakan dengan cara membandingkan antara nilai t-hitung setiap variabel bebas dengan nilai t-tabel derajat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jikalau nilai Sig.  $< 0,05$  ataupun t-hitung  $> t$ -tabel, artinya ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya, jikalau nilai Sig.  $> 0,05$  ataupun t-hitung  $< t$ -tabel, berarti tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Adapun cara menghitung t-tabel ialah  $t(\alpha/2 ; n-k-1)$  untuk  $\alpha$  ialah derajat kesalahan (0,05), n ialah jumlah data, k ialah jumlah variabel independen (X). Maka hasilnya didapatkan  $(0,025 ; 116) = 1,981$ . Berikut hasil dari uji hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti:

### a) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Daya Tarik (X1) pada variabel Minat Berkunjung (Y) ialah sejumlah  $0,006 < 0,05$  serta nilai t hitung  $2,815 > t$  tabel  $1,981$ , hingga bisa dikatakan jika **H0 ditolak dan H1 diterima**, artinya terdapat pengaruh variabel Daya Tarik (X1) terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

### b) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Aksesibilitas (X2) pada variabel Minat Berkunjung (Y) ialah sejumlah  $0,001 < 0,05$  serta nilai t hitung  $3,339 > t$  tabel 1,981, hingga bisa dikatakan jika **H0 ditolak dan H2 diterima** artinya terdapat pengaruh variabel Aksesibilitas (X2) terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

c) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel Fasilitas (X3) pada variabel Minat Berkunjung (Y) ialah sejumlah  $0,012 < 0,05$  serta nilai t hitung  $2,567 > t$  tabel 1,981, hingga bisa dikatakan jika **H0 ditolak dan H3 diterima** artinya terdapat pengaruh variabel Fasilitas (X3) terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

### 3. Uji Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase penyebab perubahan variabel terikat yang variabel bebas. Adapun koefisien determinasi dengan memperhatikan angka pada tabel R sebagai berikut:

**Tabel 5.23 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 <sup>a</sup>	.471	.458	4.383

(Sumber : diolah dari data primer, 2024)

Bersumber pada hasil, diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah sejumlah 0,458. Hal ini memiliki makna bahwa pengaruh variabel daya tarik (X1), aksesibilitas (X2), serta fasilitas (X3) secara simultan pada variabel minat berkunjung (Y) ialah sejumlah 45,8%. Sedangkan untuk sisanya 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Tingkat Daya Tarik Wisata Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang

Hasil penelitian memperlihatkan jika secara keseluruhan tingkat daya tarik wisata di objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang dapat diklasifikasikan sebagai sangat rendah oleh 7,5%, responden, rendah oleh 14,2% responden, sedang oleh 45,8% responden, tinggi oleh 15% responden, dan sangat tinggi oleh 17,5% responden dari total 120 responden. Bersumber dari data, bisa diketahui jika subjek dikategorikan mempunyai kecenderungan daya tarik wisata pada tingkatan “sedang”. Maka, pengelola atau pengurus masjid dapat lebih mengoptimalkan dan mengembangkan daya tarik masjid itu sendiri sehingga wisatawan yang akan berkunjung maupun yang sudah berkunjung akan memiliki kesan dan pengalaman yang menarik.

Untuk mengetahui tingkatan daya tarik wisata dari jawaban responden pada tiap indikator dipakai rumus:

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata-rata skor} \times 100}{\text{Skor maksimum}}$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

n = Jumlah sampel (120 responden)

**Tabel 5.24 Klasifikasi TCR**

No	Persentase Pencapaian	Kategori
1	85%-100%	Sangat Baik
2	66%-84%	Baik
3	51%-65%	Cukup
4	36%-50%	Kurang Baik
5	0%-35%	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2012: 207)

Berikut uraian distribusi jawaban responden pada tiap indikator:

#### a) Daya Tarik Arsitektural

**Tabel 5.25 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Arsitektural**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X1.1	534	4,45	89	Sangat Baik
2	X1.2	527	4,39	87,9	Sangat Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel 5.25 bisa diketahui jika indikator daya tarik arsitektural pada variabel daya tarik wisata bisa dibilang sangat baik. Perihal ini diperlihatkan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 85%-100% yang berarti “sangat baik”. Indikator daya tarik arsitektural pada daya tarik wisata hanya perlu dipertahankan sehingga baik di masa kini maupun mendatang, wisatawan yang berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang akan tetap bisa merasakan keindahan dan keunikan ornamen hingga hiasan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang.

#### b) Daya Tarik *Eco-Mosque*

**Tabel 5.26 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Eco-Mosque**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X1.3	507	4,23	84,5	Baik
2	X1.4	486	4,05	81	Baik
3	X1.5	515	4,29	85,9	Sangat Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dilihat dari tabel 5.26 bisa diketahui jika indikator daya tarik *eco-mosque* pada variabel daya tarik wisata terdapat dua item berada pada tingkatan “baik” dan satu item berada pada tingkatan “sangat baik”. Hal ini berarti konsep pelestarian lingkungan atau ramah lingkungan di lingkungan sekitar masjid sudah baik, tapi akan lebih baik lagi jikalau pihak pengelola masjid meningkatkannya. Salah satunya dengan cara memperbanyak pepohonan dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan.

#### c) Daya Tarik Sosial dan Budaya

**Tabel 5.27 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik Sosial dan Budaya**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X1.6	538	4,48	89,7	Sangat Baik
2	X1.7	487	4,06	81,2	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dari tabel 5.27 diatas bisa diketahui jika indikator daya tarik sosial dan budaya pada variabel daya tarik wisata terdapat satu item berada pada tingkatan “baik” dan satu item lainnya berada pada tingkatan “sangat baik”. Artinya, daya tarik sosial dan budaya seperti kegiatan kajian dan kebudayaan yang diselenggarakan oleh Masjid Raya Baiturrahman Semarang hanya perlu dipertahankan sehingga akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

Jadi, dari data dan ulasan di atas, faktor daya tarik wisata yang meliputi daya tarik arsitektural, daya tarik *eco-mosque*, serta daya tarik sosial budaya di Masjid Raya Baiturrahman Semarang dapat dikatakan baik, yakni dibuktikan dengan jawaban responden pada tiap item pernyataan indikator berada pada kategori “baik” serta “sangat baik”. Perihal ini berarti aspek arsitektural masjid seperti ornamen, hiasan hingga bangunan masjid itu sendiri memiliki nilai yang dianggap dapat menarik kunjungan wisatawan. Sedangkan untuk daya tarik *eco-mosque* seperti adanya taman terbuka hijau dan daya tarik sosial budaya seperti kegiatan pengajian pula menambah daya tarik tersendiri guna wisatawan yang ingin berkunjung.

## 2. Tingkat Aksesibilitas menuju Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang

### a) Rute jalan menuju destinasi

**Tabel 5.28 Distribusi Jawaban Responden Indikator Rute Jalan Menuju Destinasi**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X2.1	486	4,05	81	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber tabel 5.28 diketahui jika satu item indikator rute jalan menuju destinasi dari variabel aksesibilitas sudah dikatakan baik, yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 66%-84% yang berarti “baik”. Hal ini berarti rute atau jalur jalan menuju lokasi wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang dapat dijangkau oleh wisatawan dengan mudah. Akan tetapi, akan semakin lebih baik jika pihak pengelola yayasan atau pengurus masjid dapat menambahkan informasi di berbagai titik jalan atau persimpangan jalan besar sehingga akan semakin memudahkan wisatawan luar kota yang ingin berkunjung.

**b) Kondisi jalan menuju destinasi**

**Tabel 5.29 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kondisi Jalan Menuju Destinasi**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X2.2	459	3,825	76,5	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dilihat dari tabel 5.29 bisa diketahui jika indikator kondisi jalan menuju destinasi dari variabel aksesibilitas sudah dikatakan baik. yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 66%-84% yang berarti “baik”. Hal ini berarti kondisi jalan menuju lokasi wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang tidak perlu diperbaiki lagi, cukup dipertahankan sehingga kondisi dan kualitasnya tetap terjaga. Wisatawan yang berkunjung pun akan merasa nyaman dan aman ketika dalam perjalanan menuju lokasi.

**c) Tersedianya transportasi umum**

**Tabel 5.30 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Transportasi Umum**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X3.3	536	4,47	89,3	Sangat Baik

2	X3.4	509	4,24	84,9	Sangat Baik
3	X3.5	523	4,36	87,2	Sangat Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dari tabel 5.30 bisa diketahui jika indikator tersedianya transportasi umum menuju destinasi dari variabel aksesibilitas sudah dikatakan sangat baik yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 85%-100% yang berarti “sangat baik”. Hal ini berarti akomodasi wisatawan menuju Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang berupa transportasi umum seperti BRT (*Bus Rapid Transit*) dan angkot dapat mudah ditemukan sehingga akses menuju lokasi masjid bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi tidak akan menjadi hambatan.

Jadi, dari data dan ulasan di atas, faktor aksesibilitas menuju objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang meliputi indikator rute dan kondisi jalan menuju objek wisata serta adanya ketersediaan transportasi umum yang dapat menjangkau lokasi dapat dikatakan baik, yakni dibuktikan dengan jawaban responden pada tiap item pernyataan indikator berada pada kategori “baik” serta “sangat baik”. Perihal ini berarti rute jalan menuju lokasi, kemudahan informasi menuju lokasi hingga transportasi umum yang dapat mengantarkan wisatawan dapat dijangkau dan ditemukan dengan mudah oleh wisatawan. Selain itu, dapat dikatakan juga bahwa kondisi jalan raya yang dimelalui wisatawan ditemukan tidak ada halangan dan kendala.

### 3. Tingkat Fasilitas yang disediakan di Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang

#### a) Tersedianya perlengkapan sholat

**Tabel 5.31 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Perlengkapan Sholat**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X3.1	520	4,33	86,7	Sangat Baik
2	X3.2	489	4,08	81,5	Baik

3	X3.3	499	4,16	83,2	Baik
---	------	-----	------	------	------

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel 5.31 bisa diketahui jika indikator kelengkapan perlengkapan sholat dari variabel Fasilitas terdapat dua item dikatakan baik dan satu item lainnya sangat baik. Hal ini mengandung arti bahwa fasilitas perlengkapan sholat, seperti mukena, sarung, dan sajadah yang sudah disediakan pengurus Masjid Raya Baiturrahman Semarang sudah tercukupi serta dirawat dengan baik. Pihak pengurus masjid perlu untuk mengecek secara berkala mengenai kelengkapan dan kebersihan perlengkapan sholat sehingga wisatawan atau jamaah yang berkunjung akan semakin nyaman.

**b) Tersedianya Tempat Wudhu dan Toilet**

**Tabel 5.32 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Tempat Wudhu dan Toilet**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X3.4	553	4,61	92,2	Sangat Baik
2	X3.5	471	3,93	78,5	Baik
3	X3.6	519	4,33	86,5	Sangat Baik
4	X3.7	518	4,32	86,3	Sangat Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dilihat pada tabel 5.32 bisa diketahui jika indikator tersedianya tempat wudhu dan toilet dari variabel Fasilitas sudah dapat dikatakan sangat baik, yaitu dibuktikan dengan tiga dari satu item hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 85%-100% yang berarti “sangat baik”. Hal ini berarti tempat wudhu dan kamar mandi yang disediakan oleh oleh pengurus Masjid Raya Baiturrahman Semarang sudah tercukupi serta dirawat dengan baik. Kebersihan serta luas tempat menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pihak pengurus atau pengelola masjid karena hal ini akan mempengaruhi secara langsung kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

**c) Adanya tempat parkir**

**Tabel 5.33 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tersedianya Tempat Parkir**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	X3.8	472	3,93	78,7	Baik
2	X3.9	460	3,83	76,7	Baik
3	X3.10	495	4,13	82,5	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Pada tabel 5.33 bisa diketahui jika indikator adanya tempat parkir dari variabel Fasilitas sudah dikatakan baik, yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 66%-84% yang berarti “baik”. Hal ini berarti secara umum tempat parkir kendaraan wisatawan yang telah disediakan oleh pihak pengurus atau pengelola Masjid Raya Baiturrahman sudah mencukupi kebutuhan wisatawan. Akan tetapi, akan lebih baik apabila pihak pengurus meningkatkan beberapa hal terkait dengan biaya dan keamanan tempat parkir sehingga akan didapatkan hasil yang “sangat baik”.

Jadi, dari data dan ulasan di atas, faktor fasilitas yang terdapat di objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang meliputi indikator ketersediaan perlengkapan shalat, tempat wudhu dan toilet serta tempat parkir dapat dikatakan baik, yakni dibuktikan dengan jawaban responden pada tiap item pernyataan indikator berada pada kategori “baik” serta “sangat baik”. Perihal ini memperlihatkan jika ketiga fasilitas indikator yang telah disebutkan sudah dalam keadaan yang baik (bersih, rapi, terawat) serta mencukupi kebutuhan wisatawan yang berkunjung.

**4. Tingkat Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang**

**a) Mencari informasi terkait destinasi**

**Tabel 5.34 Distribusi Jawaban Responden Indikator Mencari Informasi Terkait Destinasi**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	Y.1	401	3,34	66,8	Baik
2	Y.2	458	3,82	76,3	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Pada tabel 5.34 bisa diketahui jika indikator mencari informasi terkait destinasi pada variabel Minat Berkunjung sudah dikatakan baik, yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 66%-84% yang berarti “baik”. Perihal ini memperlihatkan jika wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata Masjid Raya Baiturrahman Semarang tidak mencari informasi terkait dengan destinasi terlebih dahulu karena merasa informasi yang disediakan di objek wisata, seperti papan petunjuk sudah cukup.

**b) Merekomendasikan ke orang lain**

**Tabel 5.35 Distribusi Jawaban Responden Indikator Merekomendasikan ke Orang Lain**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	Y.3	486	4,05	81	Baik
2	Y.4	449	3,74	74,8	Baik
3	Y.5	485	4,04	80,8	Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Bersumber dari tabel 5.35 bisa diketahui jika indikator merekomendasikan ke orang lain pada variabel Minat Berkunjung sudah dikatakan baik, yaitu dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang 66%-84% yang berarti “baik”. Hal ini berarti wisatawan yang sudah berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang memberi rekomendasi atau referensi pada orang lain, terutama orang terdekat di sekitarnya untuk melakukan hal yang sama, yaitu mengunjungi objek wisata Masjid Raya Baiturrahman Semarang. Rekomendasi yang diberikan disebabkan karena adanya pengalaman dan kesan yang baik ketika mengunjungi objek wisata sehingga mereka berani untuk mengajak orang lain.

### c) Tertarik untuk berkunjung kembali

**Tabel 5.36 Distribusi Jawaban Responden Indikator Tertarik Untuk Berkunjung Kembali**

No	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	Y.6	506	4,22	84,3	Baik
2	Y.7	475	3,96	79,2	Baik
3	Y.8	524	4,37	87,3	Sangat Baik
4	Y.9	518	4,32	86,3	Sangat Baik

(Sumber: diolah dari data primer, 2024)

Dilihat pada tabel 5.36 bisa diketahui jika indikator tertarik untuk berkunjung kembali pada variabel Minat Berkunjung terdapat dua item dikatakan sangat baik serta 2 lainnya dikatakan baik. Perihal ini bisa wisatawan yang sudah berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang memiliki ketertarikan untuk mengunjungi kembali objek wisata. Niat untuk mengunjungi kembali ini dapat dilakukan dalam waktu yang dekat ataupun dalam waktu yang akan datang.

Jadi, dari data dan ulasan di atas, minat berkunjung wisatawan ke objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang meliputi indikator mencari informasi terkait dengan destinasi, merekomendasikan ke orang lain serta tertarik untuk berkunjung kembali dapat dikatakan cukup baik, yakni dibuktikan dengan jawaban responden pada tiap item pernyataan indikator berada pada kategori “baik” serta “sangat baik”. Perihal ini juga berarti wisatawan yang sudah berkunjung akan merekomendasikan masjid tersebut kepada orang-orang di sekitarnya sebagai tempat yang perlu dikunjungi ketika berada di Semarang.

## **5. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan**

Bersumber pada hasil analisis data, diketahui jika ada pengaruh positif antara daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas terhadap minat berkunjung. Artinya, semakin tinggi daya tarik wisata, semakin baik aksesibilitas serta fasilitas yang disediakan, sehingga makin tinggi juga minat

berkunjung wisatawan. Sementara itu, makin rendah daya tarik wisata, makin buruk aksesibilitas serta fasilitas yang disediakan, maka semakin buruk pula minat berkunjung wisatawan. Perihal ini dibuktikan menggunakan uji t (parsial) didapatkan nilai t-tabel sejumlah 1,981 dengan derajat kesalahan atau nilai signifikansi sejumlah 0,05. Hasilnya, ketiga variabel baik variabel X1, variabel X2, serta Variabel X3 mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$  serta  $t\text{-hitung} > 1,981$ .

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebesar 45,8% pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas sebagai variabel bebas terhadap minat berkunjung wisatawan. Sedangkan variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini berpengaruh terhadap 54,2% sisanya ( $100\% - 45,8\%$ ). Dengan demikian, hipotesis yang dikembangkan berdasarkan hasil penelitian H1, H2, serta H3 diterima, sementara itu H0 ditolak. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti membuat kesimpulan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang dipengaruhi secara signifikan positif oleh fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata. Hal ini mengandung arti bahwa keinginan atau minat seseorang untuk mengunjungi Masjid Raya Baiturrahman Semarang ditetapkan daya tarik wisata yang ada di objek wisata masjid, kemudahan menjangkau lokasi atau aksesibilitas, serta fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola masjid. Dalam arti kata lain, minat berkunjung wisatawan berbanding lurus dengan faktor yang mempengaruhi semacam yang sudah dijelaskan sebelumnya. Semakin baik daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas akan semakin baik atau tinggi juga minat kunjungan wisatawan. Namun, ada pula faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan Masjid Raya Baiturrahman Semarang yang tidak dijelaskan penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini serupa dengan penelitian Gani Surya Miarsih dan Anwani, dimana nilai koefisien regresi variabel daya tarik masjid (X1) sejumlah 0,140, nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X2) adalah 0,342 serta nilai koefisien variabel aksesibilitas (X3) adalah 0,153. Artinya ketiga variabel bebas yakni variabel daya tarik, fasilitas, serta aksesibilitas

memiliki hubungan positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Adapun hasil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,264 ataupun 26,4% serta lebihnya yakni, 73,6% dipengaruhi faktor lain di luar model regresi.

Keunikan daya tarik wisata, kemudahan akses menuju lokasi atau aksesibilitas serta kelengkapan fasilitas dapat dirasakan oleh wisatawan setelah berkunjung ke objek wisata. Faktor daya tarik wisata sebagian besar berasal dari kejadian dan nilai sejarah terdahulu, tetapi juga juga bisa dibuat dan diusahakan karena pada zaman sekarang daya tarik wisata itu sendiri ada bermacam-macam jenisnya. Contohnya daya tarik wisata karena konsep dan nilai arsitekturnya. Faktor aksesibilitas yang baik juga berkenaan dengan kebijakan pemerintah setempat, sehingga pihak pengelola masjid sudah semestinya melakukan koordinasi serta jalani hubungan baik dengan pemerintah. Sedangkan faktor fasilitas secara mutlak akan dirasakan langsung oleh wisatawan yang berkunjung. Setiap wisatawan tentunya memiliki harapan adanya fasilitas baik yang diterima sebelum berkunjung. Jika fasilitas yang diberikan pengurus masjid terhadap wisatawan yang berkunjung memenuhi harapan, maka minat berkunjung kembali pasti ada.

#### **F. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti sadari jika ada banyak keterbatasan penelitian ini. Perihal ini disebabkan kelemahan penelitian, bukan pertimbangan yang disengaja. Berikut ini adalah masalah dan keterbatasan penelitian ini:

##### **1. Skala Penelitian**

Di dalam mengukur tingkat pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, serta fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan, peneliti menggunakan skala likert. Alat ini memiliki beberapa keterbatasan dalam mengungkap interpretasi dari sudut pandang responden dalam menjawab kuesioner dikarenakan hanya terdapat 5 opsi jawaban atas suatu pertanyaan atau pernyataan.

##### **2. Faktor Kemampuan**

Dalam melaksanakan penelitian tentunya tidak lepas dari wawasan dan pengetahuan. Akibatnya, peneliti sadari keterbatasan mereka sendiri, terutama yang berkaitan dengan basis pengetahuan mereka saat memguna karya ilmiah. Meskipun demikian, para peneliti telah melakukan segala upaya untuk melaksanakan penelitian mereka sesuai dengan keahlian ilmiah mereka dan arahan pembimbing.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Bersumber dari hasil penelitian beserta analisis terkait faktor daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap minat berkunjung di objek wisata religi Masjid Raya Baiturrahman Semarang, dapat diambil kesimpulan yakni:

1. Hasil analisis faktor daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang memperlihatkan adanya pengaruh positif yang signifikan. Perihal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi < derajat kesalahan 5% ataupun 0,05 yakni sejumlah  $0,006 < 0,05$  beserta nilai t-hitung > t-tabel sejumlah  $2,815 > 1,981$ .
2. Hasil analisis faktor aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang memperlihatkan adanya pengaruh positif signifikan. Perihal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi < derajat kesalahan 5% ataupun 0,05 yakni sejumlah  $0,001 < 0,05$  serta nilai t-hitung > t-tabel ialah  $3,339 > 1,981$ .
3. Hasil analisis faktor fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang memperlihatkan adanya pengaruh positif signifikan. Perihal ini dibuktikan nilai signifikansi < derajat kesalahan 5% atau 0,05 yakni sejumlah  $0,012 < 0,05$  beserta nilai t-hitung > t-tabel sejumlah  $2,567 > 1,981$ .

#### **B. Saran**

Berikut ialah beberapa saran dari peneliti guna meningkatkan penelitian yang akan datang:

1. Bagi Pengurus Masjid Raya Baiturrahman Semarang  
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi atau sumbangsih berupa masukan, saran pemikiran, dan perspektif yang dapat digunakan untuk mempertimbangkan dalam upaya masa depan

untuk memperbaiki dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas di masjid tersebut di masa mendatang yakni berupa:

- a) Daya tarik wisata perlu dipertahankan serta akan lebih baik lagi jikalau ditingkatkan baik itu daya tarik arsitektural maupun sosial-budayanya. Sebab hal pertama yang dilihat oleh seseorang yang berkunjung adalah bagaimana daya tarik wisata itu sendiri. Daya tarik wisata yang baik memberikan kesan serta pengalaman yang berharga di ingatan wisatawan.
- b) Aksesibilitas menuju lokasi dan fasilitas yang disediakan perlu ditingkatkan kembali, terutama mengenai fasilitas baik menyangkut kebersihan hingga kelengkapan. Kedua hal ini juga menjadi faktor pertimbangan kunjungan wisatawan. Jika aksesibilitas dan fasilitas masjid baik dan memenuhi harapan wisatawan, maka di kemudian hari mereka pasti akan berkunjung kembali.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi berikutnya bisa memanfaatkan teori-teori alternatif yang lebih relevan untuk memperluas pemahaman mengenai variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, serta minat berkunjung. Peneliti berikutnya juga dapat mempertimbangkan untuk menyertakan variabel tambahan yang dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung, selain dari ketiga aspek yang telah disebutkan dalam penelitian ini. Diharapkan peneliti mendatang bisa atasi keterbatasan yang ada dalam penelitian ini untuk menyempurnakan pemahaman tentang pengaruh antara variabel-variabel tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chotib, M. 2015. *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember*. Jember: IAIN Jember Press
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. 2021. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Dokumen Buku *Yayasan Masjid Raya Baiturrahman Semarang Dari Masa ke Masa*, 2006
- Gusnita, E., & Rahardi, M. T. 2019. *Peran Masjid Dalam Meningkatkan Pendidikan Islam Masyarakat Pulau Penyengat*. STAIN Sultan Abdurrahman Press
- Hakim, L., Susanto, D., & Saerozi. 2023. *Wisata Religi: Menjelajah Spiritualitas Melalui Destinasi Suci*. Semarang: Fatawa Publishing
- Hakim, L. 2022. *Pariwisata Islam*. Yogyakarta: Deepublish
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. 2022. “Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi.” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* , 11 (01), 64–76
- Karsana, R. M. H. 2023. “Pengaruh Islamic Attributes, Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Bandung Barat.” *Journal of Educational and Cultural Studies*, 2 (2), 27–33
- Kusnady, D. 2022 “Peningkatan Minat Kunjung Wisatawan Pada Kota Medan Dengan Strategi City Branding.” *Juripol: Jurnal Institusi Politeknik Ganessa Medan*, 5 (2), 220–29
- Marwani, I. S. 2018. “Sikap Pengunjung Terhadap Daya Tarik Wisata Masjid Raya Sultan Riau Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau.” *Jurnal Online Mahasiswa FISIP. Universitas Riau*, 5 (1), 1–13.
- Maulana, I., & Kamila, A. R. 2022. “Pengaruh Self-Concept Dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11 (2), 560–

65.

- Miarsih, G. S., & Anwani. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta." *Journal of Tourism and Economic*, 1 (2), 117–23
- Mintardjo, B. H. 2023. "Pengaruh Kenyamanan Ruang Publik, Pelayanan Dan Fasilitas Tanaman Jayawijaya Mojosoongo Di Surakarta Terhadap Kepuasan Wisatawan." *Jurnal Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2 (2), 9–28
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. 2020. "Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3 (2), 152–64
- Narulita, S., Humaidi, Aulia, R. N., Wajidi, F., Humaeroh, U., & Suprasetio, A. 2020. *Pariwisata Halal: Potensi Wisata Religi Di DKI Jakarta*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Pelu, I. E. AS, Kurniawan, R., & Akbar, W. 2020. *Pariwisata Syariah: Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: K-Media
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*." Tangerang: Pascal Books
- Rahayu, E., & Hasanah, U. 2020. "Sosial Media Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stmik Royal." *Journal of Science and Social Research*, 3 (1), 33–40
- Saragih, M. G., Surya, E. D., & B. M. 2021. *Kajian Dasar Pariwisata*. Medan: Penerbit Andalan
- Siyoto, S., & Sodik A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Triyanto, A. 2019. "Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak Menjadi Pusat Destinasi Wisata Religi." *Skripsi*. Universitas Negeri

Semarang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang  
Kepariwisata

Wirawan, P. E, & Semara, I. M. T. 2021. *Modul Pengantar Pariwisata*.  
Denpasar: IPB Internasional Press

Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D.  
2022. “Dampak Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap  
Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur  
Kabupaten Jombang.” *Jurnal Tesla:Perhotelan -Destinasi Wisata -  
Perjalanan Wisata*, 2 (1), 1–11

Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Republik  
Indonesia. *Sistem Informasi Masjid*. <https://simas.kemenag.go.id/>  
(Diakses pada 12 November 2023 pukul 13.56 WIB)

Yayasan Pusat Kajian dan Pengembangan Islam Masjid Raya Baiturrahman  
Jawa Tengah. <https://ypkpi-jateng.org/profil/struktur-organisasi/> (Diakses  
pada 19 Juni 2024 pukul 21.41 WIB)

*Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian*

**KUESIONER PENELITIAN**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT**  
**BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RELIGI MASJID RAYA**  
**BAITURRAHMAN SEMARANG**

Yth. Saudara/i

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Intan Yusniza mahasiswa S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang merupakan bagian dari penyusunan Tugas Akhir/Skripsi guna mendapatkan gelar S1 Manajemen Dakwah.

Maka dari itu saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi skala pada penelitian ini. Adapun kriteria responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Minimal berusia 18 tahun.**
- 2. Sedang/pernah berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman Semarang dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.**

Segala informasi yang Saudara/i berikan hanya untuk kepentingan penelitian semata dan dijamin kerahasiaannya. Apabila terdapat pertanyaan terkait penelitian ini, dapat menghubungi peneliti melalui email: [intan.ysn@gmail.com](mailto:intan.ysn@gmail.com). Atas bantuan dan partisipasi Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**A. Identitas Responden**

1. Nama Responden :.....
2. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan\*
3. Usia : ....
4. Domisili Kota/Kabupaten : ....

5. Pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa/ Pegawai Negeri/ Swasta/  
Wiraswasta/Buruh/Petani/Lain-lain\*

**B. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda ( √ ) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat serta keadaan Saudara/i, pada setiap pernyataan terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu:

- SS** : SANGAT SETUJU (5)  
**S** : SETUJU (4)  
**KS** : KURANG SETUJU (3)  
**TS** : TIDAK SETUJU (2)  
**STS** : SANGAT TIDAK SETUJU (1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Daya Tarik Wisata (X1)</b>						
1	Bangunan Masjid Baiturrahman unik dan menarik					
2	Ornamen/hiasan yang ada dalam Masjid Baiturrahman indah dan memiliki nilai estetika					
3	Masjid Baiturrahman memiliki taman dan ruang terbuka hijau yang luas					
4	Di sekeliling Masjid Baiturrahman terdapat banyak pepohonan yang menyejukkan					
5	Kolam air mancur yang terdapat di halaman Masjid Baiturrahman memguna suasana menjadi lebih segar					
6	Masjid Baiturrahman merupakan salah satu peninggalan sejarah yang harus dijaga dan dilestarikan					
7	Penampakan Masjid Baiturrahman terlihat kental dengan nilai budaya dan sejarah					

<b>Aksesibilitas (X2)</b>					
8	Banyak rute jalan alternatif menuju Masjid Baiturrahman				
9	Jalan raya menuju Masjid Baiturrahman buruk dan banyak berlubang				
10	Menuju Masjid Baiturrahman dapat menggunakan transportasi umum seperti angkot dan <i>BRT</i>				
11	Masjid Baiturrahman dekat dengan tempat pemberhentian transportasi umum				
12	Dari Masjid Baiturrahman menuju tempat transportasi umum mudah dijangkau dengan jalan kaki				
<b>Fasilitas (X3)</b>					
13	Masjid Baiturrahman tersedia alat sholat seperti mukena, sajadah, dan sarung dalam jumlah yang banyak				
14	Mukena, sajadah, dan sarung di Masjid Baiturrahman selalu dalam kondisi bersih dan wangi sehingga nyaman untuk sholat				
15	Tempat menyimpan perlengkapan sholat di Masjid Baiturrahman memadai dan bersih				
16	Tempat wudhu di Masjid Baiturrahman tersedia dalam jumlah banyak				
17	Toilet/kamar mandi di Masjid Baiturrahman mencukupi sehingga tidak perlu mengantri				
18	Kondisi tempat wudhu dan toilet Masjid Baiturrahman bersih dan terawat				
19	Tempat wudhu dan toilet Masjid Baiturrahman luas dan nyaman				
20	Tempat parkir Masjid Baiturrahman luas dan memadai				

21	Biaya parkir Masjid Baiturrahman tergolong relatif murah					
22	Tempat parkir yang disediakan oleh pihak masjid lebih aman daripada tempat parkir di sekitaran masjid (yg dijaga tukang parkir liar)					
<b>Minat Berkunjung (Y)</b>						
23	Saya akan mencari informasi tentang Masjid Baiturrahman terlebih dahulu sebelum berkunjung					
24	Saya hanya mengandalkan informasi yang tersedia di Masjid Baiturrahman karena merasa cukup					
25	Saya menceritakan kepada teman, saudara, keluarga bahwa saya pernah mengunjungi Masjid Baiturrahman					
26	Saya merekomendasikan kepada mereka untuk mengunjungi Masjid Baiturrahman sebagai tempat wisata					
27	Saya merekomendasikan kepada mereka untuk mengunjungi Masjid Baiturrahman sebagai masjid biasa untuk tempat sholat					
28	Saya merasa tidak bosan mengunjungi Masjid Baiturrahman					
29	Saya berniat untuk mengunjungi kembali Masjid Baiturrahman dalam waktu dekat					
30	Saya berniat untuk mengunjungi kembali Masjid Baiturrahman suatu saat di masa mendatang					
31	Saya akan mengajak teman, saudara, keluarga untuk mengunjungi Masjid Baiturrahman					

Lampiran 1.2 Rekapitulasi Hasil Angket Variabel Daya Tarik Wisata (X1) dan Aksesibilitas(X2)

Responden	Variabel X1								Variabel X2					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	4	5	5	4	5	5	5	33	4	3	5	5	5	22
2	5	4	5	5	5	5	4	33	5	2	5	5	5	22
3	4	5	4	4	4	5	5	31	5	1	5	5	5	21
4	3	4	4	3	4	3	3	24	3	1	5	3	3	15
5	3	4	5	4	4	5	4	29	5	2	5	5	5	22
6	5	1	5	5	5	5	5	31	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	3	4	5	4	28	3	3	3	3	3	15
8	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	5	5	25
9	5	4	4	4	3	5	4	29	4	2	5	5	5	21
10	4	3	4	4	4	4	3	26	1	3	5	5	5	19
11	5	5	4	4	5	5	4	32	1	3	5	5	5	19
12	4	3	4	3	4	5	4	27	5	1	5	4	4	19
13	5	5	5	5	5	5	4	34	5	3	5	5	5	23
14	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	3	5	4	3	28	3	2	4	4	4	17
16	4	4	3	4	5	4	3	27	3	3	5	5	5	21
17	4	5	2	1	3	4	1	20	5	1	4	4	5	19
18	4	4	2	2	3	5	3	23	3	2	5	5	4	19
19	4	5	4	4	4	5	4	30	4	2	4	4	5	19
20	5	4	4	5	4	5	4	31	4	1	4	4	4	17
21	5	4	4	5	5	5	4	32	5	5	5	5	4	24
22	5	5	4	4	4	5	5	32	3	2	4	4	4	17
23	4	4	5	4	5	5	4	31	5	2	4	4	3	18
24	5	5	5	4	5	5	5	34	4	3	4	4	5	20

25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	2	4	4	4	19
26	4	5	5	5	5	5	5	34	4	1	5	4	3	17
27	4	5	4	4	3	3	4	27	4	4	5	5	5	23
28	5	5	5	5	5	5	5	35	3	1	5	4	4	17
29	4	5	4	4	3	3	4	27	5	1	5	5	5	21
30	5	5	5	5	4	5	5	34	5	2	5	4	5	21
31	4	4	5	3	4	4	4	28	5	3	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	5	5	30	4	3	4	4	3	18
33	5	5	4	4	4	3	3	28	5	2	5	4	5	21
34	5	4	3	3	4	3	3	25	3	2	5	4	4	18
35	5	5	5	4	4	5	4	32	4	2	5	4	4	19
36	4	5	4	4	4	4	4	29	4	2	4	4	4	18
37	2	2	2	3	2	1	2	14	1	4	1	2	3	11
38	4	4	5	5	4	5	4	31	4	3	4	4	5	20
39	5	4	4	5	4	4	4	30	3	3	4	5	4	19
40	4	4	4	4	3	3	3	25	5	3	5	5	5	23
41	4	5	5	4	4	4	3	29	4	2	4	4	3	17
42	5	4	2	2	4	5	4	26	5	1	5	5	5	21
43	3	4	3	2	3	4	3	22	4	3	5	4	4	20
44	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	1	1	1	9
45	4	4	5	4	4	4	4	29	4	3	5	4	5	21
46	4	5	5	4	3	2	2	25	5	1	5	5	5	21
47	4	4	5	4	4	5	4	30	4	1	5	4	4	18
48	5	4	3	4	5	4	5	30	4	2	3	3	4	16
49	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
50	5	5	5	4	5	5	4	33	5	1	5	5	5	21
51	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20

52	5	5	5	5	5	5	5	35	5	1	5	5	5	21
53	5	5	4	5	4	5	5	33	4	3	5	3	3	18
54	5	5	4	4	3	5	5	31	4	1	4	1	3	13
55	5	3	4	3	4	5	5	29	5	3	4	3	4	19
56	5	5	5	4	5	4	4	32	1	1	3	3	3	11
57	5	5	3	5	4	4	4	30	3	3	4	2	4	16
58	4	4	3	3	4	4	4	26	5	1	5	5	5	21
59	4	4	4	4	4	4	4	28	4	1	5	5	5	20
60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	3	5	4	4	21
61	4	4	3	3	4	5	4	27	5	2	5	4	5	21
62	5	5	5	5	5	5	4	34	3	2	4	4	4	17
63	5	5	5	5	5	5	5	35	5	1	5	5	5	21
64	4	4	5	4	4	4	4	29	4	1	5	4	4	18
65	4	4	4	3	3	4	3	25	4	2	4	5	5	20
66	4	4	2	1	3	5	3	22	1	1	5	5	5	17
67	5	4	4	5	5	5	4	32	4	1	5	5	4	19
68	5	5	4	4	4	5	4	31	4	2	5	4	5	20
69	5	5	5	5	5	5	5	35	5	3	5	5	5	23
70	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	4	4	22
71	5	5	5	5	5	5	5	35	3	2	5	5	5	20
72	5	5	5	3	3	4	4	29	3	2	4	3	3	15
73	4	5	5	4	5	5	5	33	5	1	5	5	5	21
74	5	5	5	3	5	4	5	32	5	2	5	5	5	22
75	4	4	3	3	4	5	4	27	4	2	4	4	4	18
76	5	4	3	3	4	5	5	29	4	1	5	5	5	20
77	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
78	3	3	4	2	3	4	3	22	3	2	5	5	5	20

79	5	5	5	5	5	5	4	34	5	1	5	5	5	21
80	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	4	4	4	18
81	4	5	4	4	5	4	5	31	4	2	4	4	4	18
82	5	5	5	5	5	5	5	35	4	1	3	3	5	16
83	5	5	4	4	5	5	3	31	5	1	4	4	4	18
84	5	5	5	4	4	4	4	31	3	1	5	4	4	17
85	5	4	5	3	4	4	4	29	4	3	4	4	4	19
86	4	4	4	4	4	4	4	28	4	2	3	4	4	17
87	5	5	5	5	5	5	5	35	4	1	4	4	5	18
88	5	5	5	5	4	5	4	33	3	2	5	5	5	20
89	4	4	3	4	5	5	4	29	3	3	3	3	4	16
90	5	5	5	5	5	5	4	34	4	2	4	4	5	19
91	5	4	5	5	5	5	4	33	5	1	5	5	5	21
92	5	5	5	5	5	5	5	35	5	3	5	5	5	23
93	4	4	4	5	5	4	3	29	4	1	5	5	5	20
94	4	4	2	3	5	5	3	26	4	2	5	3	5	19
95	5	5	5	5	5	5	5	35	3	3	4	5	5	20
96	4	4	4	5	5	5	4	31	5	2	5	4	4	20
97	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	5	5	35	5	1	5	5	5	21
100	5	4	4	3	4	5	5	30	4	2	5	5	5	21
101	3	4	5	5	4	5	3	29	5	1	5	5	5	21
102	5	5	5	5	4	5	4	33	4	1	4	4	4	17
103	5	4	5	5	5	4	4	32	5	2	5	5	5	22
104	5	5	5	5	5	5	5	35	5	1	4	5	5	20
105	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	2	6

106	5	5	5	5	5	5	4	34	5	2	5	5	5	22
107	4	4	4	4	4	4	4	28	4	3	4	4	4	19
108	5	4	4	4	5	5	4	31	4	2	5	4	4	19
109	4	4	4	4	4	4	4	28	3	2	4	4	3	16
110	5	5	4	4	4	5	4	31	3	2	5	5	5	20
111	5	5	5	5	5	5	5	35	5	2	5	5	5	22
112	5	5	5	5	5	5	5	35	5	2	4	5	4	20
113	2	2	3	3	4	2	3	19	3	2	3	2	2	12
114	5	5	4	4	5	5	4	32	4	1	4	3	4	16
115	5	5	4	5	5	5	3	32	4	1	4	3	4	16
116	5	5	5	5	5	5	4	34	5	4	5	5	5	24
117	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	5	5	5	24
118	5	4	3	3	4	5	4	28	3	1	5	5	5	19
119	4	5	5	3	4	5	4	30	5	2	5	5	5	22
120	4	5	4	5	4	3	3	28	5	1	5	5	3	19

Lampiran 1.3 Rekapitulasi Hasil Angket Variabel Fasilitas (X3) dan Minat Berkunjung (Y)

Responden	Variabel X3											Variabel Y									
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTAL Y
1	5	5	5	5	3	4	4	4	5	3	43	4	5	4	4	5	4	4	5	5	40
2	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	46	3	5	2	4	2	4	4	4	5	33
3	4	3	4	5	4	4	4	5	1	5	39	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37	2	2	2	3	2	4	3	3	2	23
5	5	4	5	5	2	3	4	4	5	5	42	3	3	3	4	4	3	3	4	4	31
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
7	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	39	3	4	4	3	4	4	4	5	5	36
8	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	47	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
9	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	44	2	5	4	4	4	4	3	5	5	36
10	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	40	5	3	3	3	3	3	3	4	3	30
11	5	4	4	5	4	5	5	1	1	3	37	1	4	5	5	4	3	5	5	4	36
12	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43	5	2	5	4	5	4	3	3	5	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	5	5	5	3	4	4	5	5	41
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	2	3	3	2	4	4	3	3	3	27
16	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	5	4	5	3	5	5	5	5	5	42
17	3	2	3	4	4	3	4	3	5	5	36	3	5	4	2	5	4	4	5	4	36
18	3	3	2	5	4	4	4	4	2	3	34	1	5	5	2	5	4	4	4	5	35
19	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42	4	5	5	3	4	4	4	5	5	39
20	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42
22	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	42	3	3	5	5	5	4	5	4	5	39
23	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46	2	3	4	4	4	3	4	4	4	32

24	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
25	4	3	4	5	4	4	5	2	1	4	36	2	4	2	2	5	4	1	5	4	29
26	3	4	4	5	2	4	4	4	4	3	37	3	4	4	2	4	4	3	5	5	34
27	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42	4	4	5	3	4	5	4	4	4	37
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	4	4	5	5	3	5	5	5	5	41
29	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45	1	5	3	2	5	3	5	5	3	32
30	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47	4	5	5	5	2	5	5	5	5	41
31	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
32	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
33	5	5	5	5	5	5	5	1	4	1	41	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
34	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43	3	3	4	3	3	4	4	4	4	32
35	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	3	4	4	4	4	4	4	5	5	37
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
37	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
38	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41	4	4	4	5	4	5	4	5	4	39
39	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	46	4	4	5	4	3	4	5	4	4	37
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	5	3	3	5	5	5	5	4	1	4	40	2	4	4	4	3	5	5	5	5	37
42	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	44	3	5	3	4	5	5	5	3	5	38
43	3	4	4	5	4	4	5	2	3	3	37	2	2	4	3	3	5	3	4	5	31
44	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	37	3	3	1	1	3	3	3	3	2	22
45	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	37	2	3	5	3	4	4	4	4	4	33
46	2	2	3	5	4	4	5	1	4	3	33	1	3	5	1	5	3	3	4	3	28
47	5	4	4	5	4	4	5	5	4	1	41	2	4	4	4	5	5	5	5	4	38
48	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	40	3	2	4	5	3	4	5	5	5	36
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
50	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48	4	5	4	4	3	5	2	5	5	37

51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	1	5	5	5	5	5	5	41
53	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	45	4	3	3	1	4	4	3	5	32
54	5	5	5	5	4	4	3	3	1	3	38	1	1	1	1	1	4	1	1	12
55	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	3	4	5	5	1	5	5	5	38
56	4	3	4	5	2	5	5	5	4	5	42	3	4	5	5	5	4	4	5	40
57	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	34	3	3	4	4	4	2	4	4	31
58	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	41	1	4	3	1	5	4	3	4	29
59	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	4	3	5	4	3	4	4	4	35
60	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46	3	4	4	4	4	4	3	4	34
61	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	40	3	3	4	4	3	4	4	4	33
62	1	4	3	5	4	5	5	4	4	5	40	5	3	5	4	4	5	5	5	41
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	3	5	5	5	5	5	5	5	43
64	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	40	3	4	4	3	4	4	3	4	33
65	4	4	3	4	3	4	5	3	3	4	37	3	3	4	4	4	4	3	4	33
66	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	2	3	4	3	4	4	3	4	30
67	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46	4	3	4	3	5	5	5	5	39
68	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	5	4	5	5	4	4	39
69	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	46	5	4	5	5	5	5	5	5	44
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	5	5	5	3	3	4	39
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	4	4	5	5	5	42
72	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35	3	4	5	5	5	4	5	4	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	46	4	4	4	4	4	4	3	5	36
74	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	45	1	5	3	5	5	5	5	5	39
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	4	4	3	4	34
76	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4	42	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	45

78	3	2	3	5	2	3	3	2	3	2	28	4	2	3	3	3	2	3	3	26	
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	3	5	4	4	2	5	3	5	4	35
80	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	25	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33
81	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43	4	3	4	4	4	5	5	4	5	38
82	3	3	3	5	3	3	3	3	3	2	31	2	4	5	5	4	4	3	5	5	37
83	4	4	4	4	2	3	3	3	4	5	36	2	4	3	4	4	5	4	5	3	34
84	4	5	4	5	3	4	5	3	3	3	39	4	5	3	5	5	4	5	5	5	41
85	5	4	3	4	1	3	4	3	3	5	35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
86	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
87	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
88	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
89	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	37	3	3	4	4	5	3	4	4	4	34
90	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	45	4	4	4	4	2	5	5	5	5	38
91	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	41	4	3	4	4	5	5	5	4	4	38
92	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	45	2	2	5	2	2	4	4	4	4	29
93	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46	3	3	3	2	5	5	4	5	5	35
94	4	5	5	5	2	4	5	3	5	5	43	2	5	5	2	4	5	5	5	5	38
95	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48	3	4	4	4	4	3	2	4	4	32
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	4	4	4	5	5	5	5	39
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
98	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	3	3	3	3	5	5	5	5	5	37
99	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	45	3	2	4	4	4	4	4	5	5	35
100	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	42	1	5	3	2	5	5	4	5	4	34
101	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	44	5	5	4	4	5	5	3	5	5	41
102	4	4	4	5	3	4	5	3	3	4	39	2	4	5	3	5	5	5	5	5	39
103	4	3	4	5	3	5	5	5	3	4	41	5	4	4	4	3	5	4	5	5	39
104	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	2	5	4	3	5	5	4	5	4	37

105	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	15	1	2	2	1	1	1	1	2	12	
106	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
107	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	37	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
108	4	4	4	5	3	4	4	3	3	5	39	2	4	3	4	4	4	3	4	4	32
109	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	34	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
110	4	4	4	5	2	4	1	3	3	3	33	5	3	5	5	5	4	4	4	5	40
111	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
112	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	4	5	5	3	5	5	5	5	42
113	4	4	5	3	3	3	3	3	2	4	34	2	3	1	1	3	3	2	4	4	23
114	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43	2	3	4	3	5	4	3	4	4	32
115	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	35	3	3	3	4	4	5	5	5	5	37
116	4	4	3	5	2	3	1	3	3	3	31	4	5	5	5	5	4	3	3	5	39
117	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
118	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	41	4	4	4	5	3	4	4	5	5	38
119	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45	2	4	3	3	5	4	4	4	4	33
120	5	4	4	5	4	5	5	5	1	5	43	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40

Lampiran 1.4 Distribusi Nilai t- tabel

d.f	t <sub>0.10</sub>	t <sub>0.05</sub>	t <sub>0.025</sub>	t <sub>0.01</sub>	t <sub>0.005</sub>
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631

<b>d.f</b>	<b>t<sub>0.10</sub></b>	<b>t<sub>0.05</sub></b>	<b>t<sub>0.025</sub></b>	<b>t<sub>0.01</sub></b>	<b>t<sub>0.005</sub></b>	<b>d.f</b>	<b>t<sub>0.10</sub></b>	<b>t<sub>0.05</sub></b>	<b>t<sub>0.025</sub></b>	<b>t<sub>0.01</sub></b>	<b>t<sub>0.005</sub></b>
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

*Lampiran 1.5 Distribusi Nilai r-tabel Signifikansi 5% dan 1%*

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 1.6 Uji Validitas Instrumen Variabel Daya Tarik X1

		Correlations									DAYA TARIK WISATA
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
X1.1	Pearson Correlation	1	,553*	,218	,511*	,483*	,362	,114	- ,126	,309	,615**
	Sig. (2-tailed)		,011	,355	,021	,031	,117	,632	,597	,186	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	,553*	1	,262	,421	,262	,237	,020	- ,353	,000	,433
	Sig. (2-tailed)	,011		,264	,065	,265	,315	,935	,127	1,000	,056
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	,218	,262	1	,651**	,391	,437	,224	,346	,283	,675**
	Sig. (2-tailed)	,355	,264		,002	,089	,054	,342	,135	,227	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.4	Pearson Correlation	,511*	,421	,651**	1	,695**	,421	,107	,225	,368	,814**
	Sig. (2-tailed)	,021	,065	,002		,001	,065	,653	,339	,110	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.5	Pearson Correlation	,483*	,262	,391	,695**	1	,262	,282	,225	,460*	,772**
	Sig. (2-tailed)	,031	,265	,089	,001		,265	,228	,339	,041	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.6	Pearson Correlation	,362	,237	,437	,421	,262	1	,281	,454*	,371	,664**
	Sig. (2-tailed)	,117	,315	,054	,065	,265		,230	,044	,108	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.7	Pearson Correlation	,114	,020	,224	,107	,282	,281	1	,043	,529*	,498*
	Sig. (2-tailed)										
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

	Sig. (2-tailed)	,632	,935	,342	,653	,228	,230		,857	,017	,025
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.8	Pearson Correlation	-,126	-,353	,346	,225	,225	,454*	,043	1	,163	,322
	Sig. (2-tailed)	,187	,127	,135	,339	,339	,044	,857		,492	,166
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.9	Pearson Correlation	,309	,000	,283	,368	,460*	,371	,529*	,163	1	,664**
	Sig. (2-tailed)	,186	1,000	,227	,110	,041	,108	,017	,492		,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
DAYA TARIK WISATA	Pearson Correlation	,615**	,433	,675**	,814**	,772**	,664**	,498*	,322	,664**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,056	,001	,000	,000	,001	,025	,166	,001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

Lampiran 1.7 Uji Validitas Instrumen Variabel Aksesibilitas (X2)

		Correlations								AKSESIBI LITAS
		X2. 1	X2. 2	X2.3	X2.4	X2.5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	
X2.1	Pearson Correlation	1	,111	-,384	-,421	-,259	,593**	,478*	,802**	,280
	Sig. (2-tailed)	,191	,640	,094	,065	,270	,006	,033	,000	,232
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	,111	1	,000	,190	,066	,304	,432	,089	,578**
	Sig. (2-tailed)	,640		1,000	,422	,781	,192	,057	,708	,008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	-,384	,000	1	,426	,043	-,173	-,013	-,217	,376
	Sig. (2-tailed)	,189	1,000		,061	,856	,466	,956	,357	,102
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.4	Pearson Correlation	-,421	,190	,426	1	,501*	-,203	,016	-,337	,495*
	Sig. (2-tailed)	,065	,422	,061		,024	,392	,947	,146	,026
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.5	Pearson Correlation	-,259	,066	,043	,501*	1	-,217	-,168	-,191	,315
	Sig. (2-tailed)	,190	,781	,856	,024		,359	,480	,420	,176
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.6	Pearson Correlation	,593**	,304	-,173	-,203	-,217	1	,639**	,628**	,509*
	Sig. (2-tailed)	,006	,192	,466	,392	,359		,002	,003	,022
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.7	Pearson Correlation	,478*	,432	-,013	,016	-,168	,639**	1	,654**	,704**
	Sig. (2-tailed)	,033	,057	,956	,947	,480	,002		,002	,001

	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.8	Pearson Correlation	,802**	,089	-,217	-,337	-,191	,628**	,654**	1	,448*
	Sig. (2-tailed)	,000	,708	,357	,146	,420	,003	,002		,047
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
AKSE SIBILI	Pearson Correlation	,280	,578**	,376	,495*	,315	,509*	,704**	,448*	1
TAS	Sig. (2-tailed)	,232	,008	,102	,026	,176	,022	,001	,047	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Lampiran 1.8 Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas (X3)

		Correlations												FASILIT	
		X3	X3	X3	X3	X3	X3	X3	X3	X3	X3.	X3.	X3.	AS	
		.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	10	11	12	13	
X3.1	Pearson Correlation	1	,29	,52	,57	,66	,54	,73	,30	,60	,29	,37	,25	,20	,667**
	Sig. (2-tailed)		,215	,018	,008	,001	,013	,000	,185	,005	,210	,106	,272	,382	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	,29	1	,59	,45	,26	,45	,35	,59	,60	,25	,45	,37	,54	,669**
	Sig. (2-tailed)	,215		,006	,025	,259	,045	,131	,006	,005	,278	,045	,104	,014	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	,52	,59	1	,45	,53	,66	,69	,59	,60	,42	,57	,52	,39	,817**
	Sig. (2-tailed)	,012	,006		,045	,015	,004	,001	,006	,005	,062	,008	,018	,084	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	,57	,45	,45	1	,64	,68	,67	,26	,40	,42	,35	,55	,53	,738**
	Sig. (2-tailed)	,007	,045	,045		,002	,001	,001	,254	,079	,063	,128	,010	,015	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	,66	,26	,53	,64	1	,58	,80	,39	,51	,51	,30	,45	,36	,760**
	Sig. (2-tailed)	,003	,259	,015	,002		,006	,008	,082	,020	,020	,191	,045	,116	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.6	Pearson Correlation	,54	,45	,66	,68	,58	1	,86	,39	,46	,26	,17	,54	,41	,733**
	Sig. (2-tailed)	,013	,045	,001	,001	,006		,000	,087	,040	,257	,452	,013	,070	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.7	Pearson Correlation	,73	,35	,69	,67	,80	,86	1	,40	,44	,35	,31	,44	,27	,773**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,009	,008	,002		,409	,443	,358	,313	,443	,273	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

	Sig. (2-tailed)	,000	,131	,001	,001	,000	,000		,074	,051	,121	,179	,051	,244	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.8	Pearson Correlation	,309	,592**	,592**	,268	,398	,393	,409	1	,522*	,582**	,408	,399	,356	,686**
	Sig. (2-tailed)	,185	,006	,006	,254	,082	,087	,074		,018	,007	,074	,081	,123	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.9	Pearson Correlation	,603**	,605**	,605**	,402	,516*	,463*	,443	,522*	1	,204	,400	,539*	,546*	,744**
	Sig. (2-tailed)	,005	,005	,005	,079	,020	,040	,051	,018		,389	,080	,014	,013	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3.10	Pearson Correlation	,293	,255	,425	,423	,514*	,266	,358	,582**	,204	1	,347	,504*	,424	,620**
	Sig. (2-tailed)	,210	,278	,062	,063	,020	,257	,121	,007	,389		,134	,023	,063	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
FASIL ITAS	Pearson Correlation	,667**	,669**	,817**	,738**	,760**	,733**	,773**	,686**	,744**	,620**	,612**	,738**	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															

Lampiran 1.9 Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berkunjung (Y)

		Correlations									MINAT BERKUN JUNG
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	
Y.1	Pearson Correlation	1	,470*	,099	,256	,454*	,250	,493*	,113	,452*	,605**
	Sig. (2-tailed)		,037	,677	,276	,044	,287	,027	,635	,045	,005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.2	Pearson Correlation	,470*	1	,083	,455*	-,014	,342	,181	,180	,367	,474*
	Sig. (2-tailed)	,037		,726	,044	,954	,139	,445	,448	,111	,035
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.3	Pearson Correlation	,099	,083	1	,601* *	,457* *	,659* *	,557* *	,665**	,547*	,685**
	Sig. (2-tailed)	,677	,726		,005	,043	,002	,011	,001	,013	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	,256	,455*	,601* *	1	,509* *	,742* *	,420	,599**	,773* *	,809**
	Sig. (2-tailed)	,276	,044	,005		,022	,000	,066	,005	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.5	Pearson Correlation	,454*	-,014	,457* *	,509* *	1	,434	,683**	,495* *	,488*	,722**
	Sig. (2-tailed)	,044	,954	,043	,022		,056	,001	,026	,029	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.6	Pearson Correlation	,250	,342	,659* *	,742* *	,434	1	,501* *	,744**	,829* *	,818**
	Sig. (2-tailed)	,287	,139	,002	,000	,056		,024	,000	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.7	Pearson Correlation	,493*	,181	,557* *	,420	,683* *	,501* *	1	,626**	,492*	,774**
	Sig. (2-tailed)										
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

	Sig. (2-tailed)	,027	,445	,011	,066	,001	,024		,003	,027	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.8	Pearson Correlation	,113	,180	,665*	,599*	,495*	,744*	,626**	1	,617*	,744**
	Sig. (2-tailed)	,635	,448	,001	,005	,026	,000	,003		,004	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.9	Pearson Correlation	,452*	,367	,547*	,773*	,488*	,829*	,492*	,617**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,045	,111	,013	,000	,029	,000	,027	,004		,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
MIN AT	Pearson Correlation	,605*	,474*	,685*	,809*	,722*	,818*	,774**	,744**	,850*	1
BER KUN	Sig. (2-tailed)	,005	,035	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
JUN G	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

*Lampiran 1.10 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Daya Tarik Wisata (X1)*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	7

*Lampiran 1.11 Uji Validitas Instrumen Variabel Aksesibilitas (X2)*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,564	5

*Lampiran 1.12 Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas (X3)*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	13

*Lampiran 1.13 Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berkunjung (Y)*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	9

*Lampiran 1.14 Hasil Uji Normalitas*

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,32745681
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,059
	Negative	-,061
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 1.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.371	3.032		1.771	.079		
	DAYA TARIK WISATA	.333	.118	.257	2.815	.006	.545	1.836
	AKSESIBILITAS	.547	.164	.293	3.339	.001	.593	1.686
	FASILITAS	.239	.093	.252	2.567	.012	.472	2.118

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

Lampiran 1.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.993	1.894		2.637	.010		
	DAYA TARIK WISATA	.109	.074	.181	1.470	.144	.545	1.836
	AKSESIBILITAS	-.184	.102	-.212	-1.799	.075	.593	1.686
	FASILITAS	-.033	.058	-.075	-.571	.569	.472	2.118

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Lampiran 1.17 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik Wisata	120	7	35	29,96	4,608
Aksesibilitas	120	6	25	19,31	3,207
Fasilitas	120	15	50	41,61	6,255
Minat Berkunjung	120	12	45	35,86	5,960
Valid N (listwise)	120				

Lampiran 1.18 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model								
1	(Constant)	5.371	3.032		1.771	.079		
	DAYA TARIK WISATA	.333	.118	.257	2.815	.006	.545	1.836
	AKSESIBILITAS	.547	.164	.293	3.339	.001	.593	1.686
	FASILITAS	.239	.093	.252	2.567	.012	.472	2.118

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

*Lampiran 1.19 Output SPSS Distribusi Jawaban Responden*

		<b>Statistics</b>					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,05	2,18	4,47	4,24	4,36	19,29
Std. Error of Mean		,095	,102	,076	,085	,075	,291
Median		4,00	2,00	5,00	4,00	5,00	20,00
Mode		5	2	5	5	5	21
Std. Deviation		1,036	1,120	,829	,926	,818	3,187
Variance		1,073	1,255	,688	,857	,669	10,158
Range		4	4	4	4	4	19
Minimum		1	1	1	1	1	6
Maximum		5	5	5	5	5	25
Sum		486	261	536	509	523	2315

		<b>Statistics</b>					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,05	2,18	4,47	4,24	4,36	19,29
Std. Error of Mean		,095	,102	,076	,085	,075	,291
Median		4,00	2,00	5,00	4,00	5,00	20,00
Mode		5	2	5	5	5	21
Std. Deviation		1,036	1,120	,829	,926	,818	3,187
Variance		1,073	1,255	,688	,857	,669	10,158
Range		4	4	4	4	4	19
Minimum		1	1	1	1	1	6
Maximum		5	5	5	5	5	25
Sum		486	261	536	509	523	2315

**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTALX3
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,33	4,08	4,16	4,61	3,93	4,33	4,32	3,93	3,83	4,13	41,63
Std. Error of Mean		,077	,074	,076	,069	,092	,067	,080	,093	,101	,083	,573
Median		5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	42,00
Mode		5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	50
Std. Deviation		,843	,811	,830	,759	1,006	,735	,879	1,019	1,110	,913	6,275
Variance		,711	,658	,689	,576	1,011	,541	,773	1,038	1,232	,833	39,377
Range		4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	35
Minimum		1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	15
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sum		520	489	499	553	471	519	518	472	460	495	4996

**Statistics**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTALY
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,34	3,82	4,05	3,74	4,04	4,22	3,96	4,37	4,32	35,85
Std. Error of Mean		,109	,089	,087	,103	,091	,071	,090	,072	,075	,543
Median		3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	37,00
Mode		3	4	4	4	5	4	5	5	5	37 <sup>a</sup>
Std. Deviation		1,199	,970	,951	1,126	,999	,780	,991	,788	,820	5,952
Variance		1,437	,941	,905	1,269	,998	,608	,981	,621	,672	35,423
Range		4	4	4	4	4	4	4	4	4	33
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Sum		401	458	486	449	485	506	475	524	518	4302

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

*Lampiran 1.20 Daftar Riwayat Hidup Peneliti*

**Daftar Riwayat Hidup**



Nama : Intan Yusniza  
Tempat, tanggal lahir : Pati, 07 September 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Ds. Tawangrejo RT 04/RW 01 Winong, Pati  
Email : [intan.ysn@gmail.com](mailto:intan.ysn@gmail.com)  
Nama Orang Tua:  
a. Ayah : Moh. Muntoha  
b. Ibu : Yuni'atin (Alm)

**Pendidikan Formal:**

- a. RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Lulus Th. 2008
- b. MI Roudlotusysyubban Tawangrejo Lulus Th. 2014
- c. MTs Roudlotusysyubban Tawangrejo Lulus Th. 2017
- d. MA Salafiyah Kajen Pati Lulus Th. 2020

**Pendidikan Non Formal:**

- a. TPQ Roudlotusysyubban Tawangrejo Lulus Th. 2012
- b. Madrasah Diniyyah Roudlotusysyubban Tawangrejo Lulus Th. 2015
- c. Pondok Pesantren Putri Hajroh Basyir As-Salafiyah Lulus Th. 2020