

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA RELIGI
TERHADAP MINAT KUNJUNG PEZIARAH
DI MASJID RAYA SYEIKH ZAYED SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Program Studi Manajemen Dakwah



Oleh:

Latifah Alkhoiriyah

2101036027

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

2025

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca dan mengoreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi mahasiswa

Nama : Latifah Alkhoiriyah

NIM : 2101036027

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul : PENGARUH DAYA TARIK WISATA RELIGI
TERHADAP MINAT KUNJUNG PEZIARAH DI
MASJID RAYA SYEIKH ZAYED
SURAKARTA

Telah kami setuju dan oleh karenanya kami mohon segera untuk diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Semarang, 26 Maret 2025

Pembimbing



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

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH DAYA TARIK WISATA RELIGI TERHADAP MINAT KUNJUNG PEZIARAH DI MASJID RAYA SYEIKH ZAYED SURAKARTA

Disusun Oleh:
Latifah Alkhoiriyah
2101036027

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada Jumat, 25 April 2025 dan dinyatakan telah
lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang



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

Sekretaris Sidang



Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197106051998031004

Penguji I



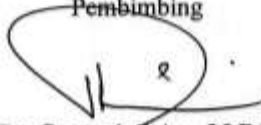
Lukmanul Hakim, ST., M.Sc.
NIP. 199101152019031010

Penguji II



Julananda Putri Sahasti, M.Pd.
NIP. 199807162020122007

Mengetahui,
Pembimbing



Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197106051998031004

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada Rabu, 2025



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

PERNYATAAN

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 atau tidak diterbitkan. Sumber data penelitian ini dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 26 Maret 2025

Saya yang menyatakan



Latifah Alkhoiriyah
NIM. 2101036027

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah Swt. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang memberikan kelancaran, kemudahan, dan nikmat sehat wal'afiat dalam proses penyusunan skripsi ini. Sehingga, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada baginda kita, Nabi Muhammad saw. pemimpin umat manusia menuju jalan yang benar.

Atas izin Allah Swt. peneliti skripsi yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta**” telah selesai. Penyelesaian skripsi ini sebagai prasyarat mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag., Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I., dan Bapak Lukmanul Hakim, ST., M.Sc., yang menjabat sebagai Ketua dan Sekretaris Manajemen Dakwah.
4. Bapak Drs. H. Nurbini, M.S.I., Dosen wali studi yang selalu memberi arahan, do'a, serta motivasi kepada peneliti dari awal kuliah hingga akhir.
5. Bapak Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd., Dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu peneliti menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Para dosen dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah menyampaikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa studi.
7. Pimpinan Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang atas layanan kepastakaan yang sangat membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi.
8. Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan data.

9. Semua responden yang telah menyempatkan waktunya untuk membantu peneliti dalam mengisi kuesioner.
10. Kepada yang terhormat pengasuh, Agus Muhammad Thoriqul Huda, S.H., dan Ning Nur Aisyah Syarifah, pengasuh Pondok Pesantren Daarun Najaah Jerakah Tugu Semarang yang senantiasa memberikan wejangan, dukungan, do'a, motivasi dan membagikan ilmu kepada peneliti.
11. Kedua orang tua tersayang, Bapak Suwawi Sumo Atmojo dan Ibu Sri Puryanti yang do'anya tak pernah putus, kasih sayangnya tak terbatas, transferannya tak pernah telat, dan perjuangannya yang tak kenal lelah demi kelancaran kuliah peneliti selama ini.
12. Kakak Latif Kurniawan Adiwinata dan teman saya Khansa Putri Budianto telah menemani peneliti untuk menggali data di lapangan.
13. Untuk teman terbaik, Novita Tri Rahma, Atik Maslikhah, Hilda Hidayati, dan Andini Purna Dita selalu menjadi teman berbagi keluh kesah selama kuliah hingga penulisan skripsi ini selesai, dan selalu memberikan semangat.
14. Untuk santri Pondok Pesantren Daarun Najaah, khususnya Mbak Azizah Fitriani, Luthfiyana Dian Fadhliah, Barrotut Taqiyyah, Sylfie Nurul Fadhlilah, dan Siti Nurkhoiriyah yang menjadi teman curhat, berbagi canda tawa serta mengisi hari-hari indah peneliti selama proses penyusunan skripsi.
15. Terima kasih kepada orang yang kehadirannya selalu memberikan dukungan, semangat, do'a, dan energi positif kepada peneliti.
16. Untuk angkatan 2020 dan 2021 Pondok Pesantren Daarun Najaah yang telah menemani perjalanan peneliti selama mondok dan kuliah. Terima kasih telah mengajarkan banyak hal selama di Semarang.
17. Keluarga Ciky Family, konten-kontennya selalu menjadi hiburan peneliti setiap hari supaya *mood* baik peneliti terjaga demi kelancaran mengerjakan skripsi.
18. Untuk teman-teman Manajemen Dakwah angkatan 2021 terima kasih sudah kebersamai dan memberi bantuan peneliti dalam masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
19. Keluarga tercinta KKN MIT-18 Posko 94 yang kebersamai peneliti dalam mengabdikan di masyarakat.

20. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan secara rinci.

Peneliti mengutarakan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang disebutkan di atas. Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah Swt. Aamiin.

Kritik dan saran akan sangat dihargai karena peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dan semua pembaca, Aamiin.

Semarang, 28 Januari 2025

Peneliti

Latifah Alkhoiriyah

2101036027

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Atas izin Allah Swt.

Saya persembahkan karya ini kepada kedua orang tua tercinta yang membesarkan, mendidik, menyayangi, mendo'akan, dan selalu memberikan ridha terhadap apapun pilihan hidup saya.

Untuk orang yang saya sayangi, Bapak Suwawi Sumo Atmojo dan Ibu Sri Puryanti serta kakak kandung saya, Latif Kurniawan Adiwinata.

MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ. رواه البخاري ومسلم

Artinya: Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa
sallam bersabda: “*Barangsiapa beriman kepada Allah dan Hari Akhir, hendaklah
ia memuliakan tamunya*”. (HR. Bukhari Muslim)

ASBTRAK

Latifah Alkhoiriyah. 2101036027. **Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.**

Peneliti melihat Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki daya tarik wisata religi seperti arsitektur masjid, fasilitas, aksesibilitas masjid oleh sebab itu peneliti tertarik menganalisis daya tarik wisata religi tersebut terhadap minat kunjung peziarah Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta? dan apakah daya tarik wisata religi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?. Dalam penelitian ini bertujuan menganalisis daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dan mengetahui pengaruh signifikan antara daya tarik wisata religi terhadap minat kunjung peziarah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Untuk teknik pengambilan datanya menggunakan metode penyebaran kuesioner dan wawancara. Lalu teknik pengambilan sampelnya menggunakan *probability sampling* dengan rumus Slovin sejumlah 400 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan program statistik IBM *Statistic* versi 25. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji linieritas, dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis meliputi uji T (Parsial) dan uji determinasi (uji R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta merupakan masjid yang memiliki potensi dan daya tarik wisata. Berbicara tentang daya tarik wisata Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta juga memiliki berkategori “baik” dengan persentase pencapaian 66% - 84% dan persamaan hasil regresi adalah $Y = 11,250 + 0,831X$ yang berarti variabel daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung peziarah. Nilai R^2 sebesar 0,614 yang berarti variabel minat kunjung peziarah dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata sebesar 61,4% ini berarti bahwa sebagian besar ketertarikan pengunjung untuk datang dipengaruhi oleh aspek-aspek daya tarik yang ada di masjid antara lain yang paling menonjol meliputi kemegahan arsitektur masjid, bustanul Qur'an, fasilitas perpustakaan dan taman yang bisa dinikmati, serta pedagang yang berjualan di sekitar masjid. Sedangkan sisanya sebesar 38,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi melalui website resmi, jasa pendukung seperti layanan pemandu wisata dan paket wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan. Berdasarkan uji t diketahui bahwa $t_{hitung} 25,143 > t_{tabel} 1,966$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti variabel bebas (daya tarik wisata) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (minat kunjung peziarah). Dengan demikian, menekankan pentingnya pengelolaan masjid secara berkelanjutan untuk memaksimalkan potensi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Wisata Religi, Minat Kunjung Peziarah

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ASBTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	10
A. LANDASAN TEORI	10
1. Daya Tarik Wisata	10
2. Wisata Religi	13
3. Minat Kunjung Peziarah.....	17
4. Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah	20
B. HIPOTESIS.....	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
B. Variabel dan Instrumen Penelitian	25
C. Sumber dan Jenis Data	31
D. Populasi dan Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	40
A. Kondisi Geografis	40
B. Sejarah Singkat Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.....	40
C. Kegiatan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta	42
D. Pengelola Fasilitas Pada Kawasan Wisata Religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta	42
E. Fasilitas Wisata Religi Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.....	44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
B. Pengujian Persyaratan Analisis	55
C. Uji Asumsi Klasik.....	58
D. Uji Regresi Linier Sederhana	61
E. Uji Hipotesis	62
1. Uji T (Parsial).....	62
2. Hasil Uji Determinasi (Uji R^2)	63
F. Pembahasan.....	64
G. Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB VI PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78

B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	141

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Daya Tarik Wisata.....	27
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Minat Kunjung Peziarah	30
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	34
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tinggal	55
Tabel 5.4 Validitas Variabel Daya Tarik Wisata (X).....	56
Tabel 5.5 Validitas Variabel Minat Kunjung Peziarah (Y)	57
Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Wisata	58
Tabel 5. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Kunjung Peziarah.....	58
Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 5.9 Hasil Uji Linieritas.....	60
Tabel 5.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	61
Tabel 5.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
Tabel 5.12 Hasil Uji T (Parsial)	63
Tabel 5.13 Hasil Uji R^2	64
Tabel 5.14 Klasifikasi TCR.....	67
Tabel 5.15 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya tarik Wisata.....	67
Tabel 5.16 Distribusi Jawaban Responden Indikator Amenitas	67
Tabel 5.17 Distribusi Jawaban Responden Indikator Aksesibilitas	68
Tabel 5.18 Distribusi Jawaban Responden Indikator Layanan Pendukung	68
Tabel 5.19 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial	71
Tabel 5.20 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara	71
Tabel 5.21 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung	72
Tabel 5.22 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kesesuaian harapan.....	72
Tabel 5.23 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat untuk berkunjung kembali.....	72

Tabel 5.24 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kesiediaan untuk merekomendasi	73
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Jadwal Kegiatan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.....	42
Gambar 4.2 Tempat wudhu Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	44
Gambar 4.3 Ruang Shalat	45
Gambar 4.4 Mushaf Al-Quran Ir. H. Joko Widodo	46
Gambar 4.5 Micro Forest	47
Gambar 4.6 Perpustakaan.....	48
Gambar 4.7 Bustanul Qur'an	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 1.2 Tabel Skoring Daya Tarik Wisata (X) dan Minat Kunjung Peziarah (Y)	92
Lampiran 1.3 Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	119
Lampiran 1.4 Uji Validitas Instrumen Variabel Y	121
Lampiran 1.5 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X	123
Lampiran 1.6 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y	123
Lampiran 1.7 Uji Normalitas Data.....	123
Lampiran 1.8 Uji Linieritas.....	124
Lampiran 1.9 Uji Heterokedastisitas.....	124
Lampiran 1.10 Uji Regresi Linier Sederhana	124
Lampiran 1.11 Uji T (Parsial)	125
Lampiran 1.12 Uji Determinasi (R^2).....	125
Lampiran 1.13 Output SPSS Distribusi Jawaban Responden.....	125
Lampiran 1.14 Transkrip Wawancara Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	127
Lampiran 1.15 Transkrip Wawancara Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	132
Lampiran 1.16 Bukti Penelitian di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	135
Lampiran 1.17 Dokumentasi wawancara bersama Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	136
Lampiran 1.18 Dokumentasi Wawancara bersama Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta	137
Lampiran 1.19 Beberapa Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	137

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masjid pada dasarnya merupakan tempat ibadah bagi umat Islam. Namun, masjid yang dikatakan memiliki fungsi ganda bukan hanya digunakan untuk sholat, melainkan juga dapat menjadi pusat kegiatan lainnya. Dengan fungsi yang lebih luas, masjid dapat berperan sebagai pusat kehidupan umat Islam. Sayangnya, dalam praktiknya, masjid sering kali hanya difungsikan sebatas tempat pelaksanaan ibadah sholat. Padahal, jika dimaksimalkan dengan baik, masjid tidak hanya menjadi elemen arsitektural dalam lingkungan Masyarakat, tetapi juga bisa menjadi sumber keberkahan bagi individu maupun komunitas.¹

Salah satu fungsi masjid adalah sebagai tempat wisata religi. Dalam hal ini masjid memerlukan manajemen yang optimal agar masjid dapat menjalankan fungsinya secara menyeluruh, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran, dakwah, dan wisata religi. Dengan pengelolaan yang baik, berbagai kegiatan dakwah yang dilaksanakan oleh masjid dapat berlangsung dengan lebih efektif dan terarah. Hal ini akan membuat peran masjid dalam kehidupan masyarakat semakin nyata dan dirasakan manfaatnya. Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelaksanaan ibadah seperti sholat dan dzikir, tetapi juga diharapkan menjadi pusat kegiatan sosial, ekonomi, budaya, dan pendidikan bagi jamaahnya.²

Perkembangan wisata budaya memberikan pengaruh yang besar terhadap pariwisata secara umum, didapatkan pengaruh sekitar 60% dari total pendapatan sektor pariwisata berasal dari jenis wisata sejarah, religi, dan syariah. Dari wisata budaya, sebanyak 30% pendapatannya bersumber

¹ Firman Nugraha, *Manajemen Masjid: Panduan Pemberdayaan Fungsi-Fungsi Masjid*, 2016, Google buku Lekkas <https://books.google.co.id/books?id=40HYDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

² Yulianto Sumalyo, *Arsitektur Masjid Dan Monumen Sejarah Muslim* (UGM Press, 2006).

dari wisata religi dan syariah. Data ini menunjukkan bahwa sektor wisata religi dan syariah memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama wisata religi yang berpusat di masjid-masjid bersejarah. Di Eropa, rata-rata durasi perjalanan wisata religi berlangsung selama 8 hingga 10 hari, dengan 50% wisatawan memilih Yerusalem sebagai destinasi utama dan 41% memilih Italia. Selain itu, sebanyak 63% wisatawan di Eropa lebih memilih menggunakan jasa agen perjalanan daripada bepergian secara mandiri. Sementara itu, di Indonesia, wisata religi seperti ziarah Walisongo biasanya memakan waktu 5 hingga 7 hari.³

Daya tarik wisata religi di Indonesia mulai berkembang, dan wisata religi Islam menjadi salah satu daya tariknya.⁴ Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Wisata di Indonesia mengalami peningkatan pesat setelah dilanda pandemi.⁵ Menurut Hakim & Susanto, destinasi wisata religi sangat diminati oleh peziarah karena memberikan pengalaman baru berwisata secara spiritual.⁶ Prinsip utama minat kunjung bagi peziarah dipicunya berdasarkan adanya ketertarikan pada setiap objek yang dikunjungi. Salah satu yang menjadi faktor perkembangan pariwisata di Indonesia karena potensi pariwisata di Indonesia sangat beragam jenis. Selain wisata alam, Indonesia juga memiliki objek wisata lain seperti wisata belanja, wisata budaya dan wisata religi. Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang menarik dan mempunyai potensi untuk dijadikan wisata unggulan Indonesia. Menurut Pangestu, destinasi wisata religi harus mencakup daya tarik wisata yang didukung oleh tersedianya atraksi,

³ Lukmanul Hakim, "Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata Religi Pada Masa Covid-19 Melalui Optimalisasi Penggunaan," 2020.

⁴ Lukmanul Hakim dan Dedy Susanto, "Travel Pattern Wisata Religi Di Jepara," *Jurnal Sains Terapan* 8, no. 2 (2022).

⁵ Pusdatin, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Agustus 2024," Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024, <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-agustus-2024>.

⁶ Dedy Susanto, "Travel Pattern Wisata Religi Di Jepara."

amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary services*.⁷ Artinya, pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendukung keberadaan wisata religi pada setiap daerah di Indonesia untuk terus dikembangkan.

Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta merupakan destinasi wisata religi yang menjadi andalan bagi para peziarah. Masjid megah yang berdiri di pusat kota Surakarta atau Solo, merupakan salah satu bentuk persahabatan yang sangat erat antara Presiden Joko Widodo dan Presiden Uni Emirat Arab yaitu Syeikh Mohammed bin Zayed. Saat kunjungan Syeikh Mohammed bin Zayed ke Indonesia pada bulan Juli 2019, beliau menyampaikan ingin menghadiahkan masjid di kampung halaman Presiden Joko Widodo. Akhirnya, utusan dari Indonesia dan Uni Emirat Arab mencari lahan, tanah wakaf milik pemerintah di Solo dan sekitarnya. Dari beberapa alternatif yang ditawarkan oleh tim tersebut, akhirnya Presiden Joko Widodo dan Presiden Syeikh Mohammed bin Zayed memilih tanah milik negara di Gilingan Banjarsari Surakarta, karena tempat tersebut dianggap tidak jauh dari rumah Presiden Joko Widodo.⁸

Masjid Raya Syeikh Zayed Solo (MRSZS) merupakan sebuah nama yang diambil dari ayahanda Syeikh Mohammed bin Zayed. Nama ini sama dengan nama masjid kebanggaan masyarakat Uni Emirat Arab di Abu Dhabi. Oleh karena itu, masjid ini sering disebut juga sebagai replika Masjid Raya Syeikh Zayed di Abu Dhabi. Namun demikian, meskipun replika, masjid ini juga mengandung sentuhan lokal dari Indonesia, seperti karpet batik di ruang shalat utama (*main prayer*) dan motif kawung di pintu masjid. Dikatakan sebagai tempat wisata berbasis religius karena tidak hanya digunakan sebagai sarana ibadah tetapi juga digunakan sebagai tempat wisata. Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terdapat kegiatan keagamaan seperti kajian tafsir Al-Qur'an, Kitab Fathul Mu'in, Kitab Bidayatul

⁷ DetikNews, "Menparekraf Minta Pemkab Gresik Punya Standar Pelayanan Wisata Religi," dalam <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-2524405/menparekraf-minta-pemkab-gresik-punya-standar-pelayanan-wisata-religi> diakses 25 November 2024, 2014.

⁸ Masjid Raya Sheikh Zayed Solo. "Masjid Raya Sheikh Zayed Solo – Sheikh Zayed Grand," Masjid Zayed Publishing House, n.d., <https://masjidzayedsolo.or.id/>.

Hidayah, Kitab At Targhib wa At Tarhib, Kajian Keperempuanan, Kitab Quthuful Falihin atau Kitab Adabul'aalim Wal Muta'allim, Kitab Al Hikam, Sima'an Al-Qur'an, kelas baca dan Tahfidz Al-Qur'an. Masjid ini memiliki keindahan arsitekturnya yang menggabungkan unsur Timur Tengah dan Nusantara sehingga terlihat unik dan memukau yang menjadi daya tarik oleh pengunjung. Hal ini dapat diamati dengan melihat banyaknya masyarakat dari dalam daerah maupun luar daerah yang melakukan kunjungan ke Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.⁹

Data kunjungan wisatawan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta mencapai 3.023.000 wisatawan mancanegara yang telah mengunjungi destinasi wisata tersebut.¹⁰ Sehingga, destinasi wisata religi Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia, bangunan arsitekturnya yang megah, dan memiliki daya tarik yang tinggi. Dari penjelasan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta"**.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta?
2. Apakah daya tarik wisata religi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta?

⁹ Wahyutika Chandra Kasih, "Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Religi Pada Islamic Center Kalimantan Timur Di Kota Samarinda," *EJournal Administrasi Bisnis* 7, no. 4 (2019): 425.

¹⁰ Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, "Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata, 2023," Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2024, <https://surakartakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDU1IzI=/jumlah-pengunjung-daya-tarik-wisata.html>.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta seperti arsitektur, fasilitas, dan kegiatan religi.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara daya tarik wisata religi terhadap minat kunjung peziarah.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Secara Teoretis

Diharapkan akan ada lebih banyak pengetahuan dan wawasan mengenai wisata religi sebagai hasil dari penelitian ini. Oleh karena itu, siapa pun yang tertarik dengan wisata religi masjid atau Masjid Raya Syekh Zayed di Surakarta pada khususnya dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai sumber informasi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat membantu pengelola destinasi wisata religi agar dapat menarik minat dan dikunjungi oleh peziarah dari seluruh dunia, berkat kemajuan daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.

E. Tinjauan Pustaka

Keaslian atau orisinalitas harus menjadi dasar penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini tidak boleh plagiasi dari penelitian sebelumnya. Berikut ini penelitian terdahulu yang menjadi tinjauan pustaka untuk penelitian ini:

Pertama, jurnal yang ditulis Fatikhatun Faoziyah, Roby Setiadi, dan Hendri Sucipto dengan judul “*Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandansari*” pada tahun 2022. Dalam penelitian itu bertujuan untuk mengetahui apakah dan

bagaimana pengaruh daya tarik wisata mangrove Pandansari terhadap minat berkunjung ke objek wisata Kabupaten Brebes. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan insidental sampling. Untuk menganalisis datanya menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji t mengungkapkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap keinginan untuk berkunjung. Nilai t-hitung untuk harga sebesar $3.065 > t\text{-tabel } 0.1660$ dan nilai signifikan $0.003 < 0.05$ menunjukkan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Nilai t-hitung sebesar $5,196 > t\text{-tabel } 0,1660$ dihubungkan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.¹¹

Perbandingan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan yaitu metodologi penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian tersebut meneliti pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik *incidental sampling* untuk pengambilan sampel di Wisata Mangrove Pandasari, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* untuk menentukan jumlah sampel di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

Kedua, skripsi yang ditulis Faradillah Inavah Balqis dengan judul “*Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta*” pada tahun 2023. Jenis penelitian dalam skripsi tersebut adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut: metode penyebaran kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan oleh peneliti dalam

¹¹ Hendri Sucipto Fatikhatun Faoziyah, Roby Setiadi, “*Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandansari*”, Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 6, No. 2 (2022), 4804.

penelitian tersebut adalah analisis regresi berganda yaitu teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa diperoleh hasil R^2 dimana variabel independen memberikan sumbangan sebesar 31,6% dan sisanya 68,4% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70 sehingga dapat disimpulkan tiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung ke Masjid Gedhe Mataram. Adapun secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel daya tarik wisata sebesar 4,838, amenitas (-418), dan aksesibilitas 0,751 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Dapat diketahui bahwa daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Masjid Gedhe Mataram. Sedangkan amenitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Masjid Gedhe Mataram.¹²

Perbandingan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan di antaranya sama-sama mengkaji daya tarik wisata menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* untuk pengambilan sampel di Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *stratified sampling* untuk pengambilan sampel di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.

Ketiga, skripsi yang ditulis Trisna Widjianto dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass” pada tahun 2019. Penelitian tersebut bertujuan untuk

¹² Faradillah Inavah Balqis, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta” (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta., 2023).

mengetahui pengaruh daya tarik wisata, citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass. Metode penelitian dalam penelitian itu menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata, citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass, dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 14,127 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.¹³

Perbandingan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan di antaranya sama-sama mengkaji daya tarik wisata dan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut berlokasi di objek wisata Ketep Pass dan mengkaji tentang citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Sedangkan penelitian ini berlokasi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta dan fokus mengkaji daya tarik wisatanya saja.

Keempat, skripsi yang ditulis Raissa Arizma Nanda Wibowo dengan judul “*Analisis pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)*” pada tahun 2023. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut yakni metode kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel daya tarik wisata, amenities dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan pada museum manusia purba sangiran.

Data yang diperoleh adalah: Pertama, nilai signifikan pada variabel daya tarik wisata sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,207 > 1,661$ yang artinya variabel daya tarik wisata (X1)

¹³ Trisna Widjianto, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass” (2019).

berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Y). Kedua, nilai signifikan pada variabel amenitas sebesar $0,581 > 0,05$ dan nilai perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,496 < 1,661$ yang artinya variabel amenitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Y). Ketiga, nilai signifikan pada variabel aksesibilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,496 < 1,661$ yang artinya variabel aksesibilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Y).

Perbandingan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan di antaranya sama-sama mengkaji aspek daya tarik wisata, dan metodologi penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pendekatan *non probability sampling* dalam pengambilan sampel. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 96 orang sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan. Teknik analisis data dilakukan melalui analisis regresi linier berganda. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *stratified sampling* dalam pengambilan sampel. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 400 orang sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan. Teknik analisis data dilakukan melalui analisis regresi linier sederhana.

Kelima, jurnal yang ditulis Meliya Ayu Romantika, Khotim Fadhli, Moh. Ja'far Shodik Maksom dengan judul “*Pengaruh Pelayanan Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Religi di Kabupaten Jombang*” pada tahun 2024. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan daya tarik terhadap minat berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Jombang. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian itu adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuesioner, yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian tersebut tidak terhingga, sedangkan

sampelnya berjumlah 105 responden. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap pengunjung makam KH. A. Wahab Hasbullah, makam KH. Wahid Hasyim Gus Dur dan makam KH. Bisri Syamsuri di Kabupaten Jombang.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian, diketahui bahwa secara parsial variabel pelayanan terdapat pengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di Kabupaten Jombang. Secara simultan, variabel pelayanan dan daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di Jombang. Pelayanan dan daya tarik wisata secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di Kabupaten Jombang.

Perbandingan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu memiliki persamaan di antaranya sama-sama mengkaji bidang wisata religi berbasis masjid dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel dengan jumlah 105 responden sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jumlah 400 responden.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. LANDASAN TEORI

1. Daya Tarik Wisata

a. Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia dan menjadi sasaran atau tujuan kunjungan.¹⁴ Daya tarik merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi wisata karena dapat melestarikan adat, budaya, alam, dan tatanan hidup yang memiliki daya tarik itu sendiri dan memiliki nilai jual untuk dikunjungi dan dinikmati oleh pengunjung. Dengan adanya daya tarik di suatu objek wisata juga membuat program pemerintah berhasil menarik seseorang untuk berkunjung.¹⁵ Wisata adalah suatu kegiatan bepergian untuk menikmati suasana yang berbeda dengan kondisi kesehariannya. Secara umum tujuan wisata adalah menghilangkan kepenatan pikiran, mencari inspirasi, mencari kesenangan ataupun mencari suasana baru.¹⁶ Surat Nuh (71) ayat 19-20 memberikan penjelasan tentang perintah untuk melakukan perjalanan dalam Al-Qur'an dan Hadits:¹⁷

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا ﴿١٩﴾ لَتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا ۖ ﴿٢٠﴾

¹⁴ PR Indonesia, “Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata,” No. pasal 1 ayat (5) (2009), [https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/admin_baru/gambar/Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.pdf](https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/admin_baru/gambar/Undang-Undang%20Nomor%2010%20Tahun%202009%20tentang%20Kepariwisata.pdf).

¹⁵ Rizki Nurul Nugraha dan Fikri Virgiawan, “Pengembangan Daya Tarik Wisata Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 03, no. 06 (2022): 6446.

¹⁶ Widyarini, “Pemasaran Wisata Halal Di Indonesia Pasca Covid -19,” *Az Zarqa* 12, no. 1 (2020): 212.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Depok: PT Sabuq dan PT Tiga Serangkai, 2007).

Artinya: “Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan. Supaya kamu menjalani jalan-jalan yang luas di bumi itu”.

Hadits Riwayat Ahmad:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ سَافِرُوا تَصِحُّوا وَاعْزُوا تَسْتَعْنُ

“Dari Abi Hurairah, bahwasanya Nabi saw bersabda: Bepergianlah kalian niscaya kalian menjadi sehat dan berperanglah niscaya kalian akan tercukupi”.

Daya tarik wisata merupakan bagian penting dalam kegiatan pengembangan pariwisata. Dibandingkan dengan faktor-faktor lain yang menjadi aset pariwisata. Daya tarik wisata merupakan hal yang penting bagi pengunjung ketika memutuskan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Suryadana Octavia mengatakan dalam Dzul Fahma, Angrahita, & Adevia *No Attraction, No Destination*. Salah satu alasan wisatawan atau pengunjung mengunjungi suatu tempat adalah keindahannya, karena hal tersebut merupakan hal yang menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.¹⁸ Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang membuat seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena mempunyai keistimewaan, misalnya keindahan alam, budaya, sejarah, dan kuliner khas.¹⁹

Dari berbagai pendapat mengenai daya tarik wisata, peneliti menyimpulkan bahwa daya tarik wisata secara arti yang luas merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai keunikan, keindahan, dan potensi yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang mengunjungi suatu tempat. Daya tarik ini berupa unsur alam,

¹⁸ Dzul Fahma, dkk, “Pengaruh Daya Tarik dan Hasil Review Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung ke Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta”, Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy, Vol. 03, No. 02 (2023), 121.

¹⁹ Budi Susanto dan Puji Astutik, “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Edukasi Manyung”, Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi, Vol. 1, No. 1 (2020), 38.

budaya, buatan manusia, atau kombinasi dari ketiganya yang memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung. Dalam konteks pengembangan pariwisata, daya tarik tidak hanya dilihat dari aspek fisik seperti pemandangan alam atau situs sejarah, tetapi juga mencakup pengalaman sosial, budaya, dan emosional yang ditawarkan kepada wisatawan. Oleh karena itu, pengelolaan daya tarik wisata memegang peranan penting dalam menciptakan citra destinasi yang kuat dan berkelanjutan.

b. Jenis-Jenis Daya Tarik Wisata

Saat memilih destinasi, seseorang terlebih dahulu menentukan daya tariknya. Basiya dan Rozak menyatakan, keindahan suatu destinasi wisata menjadi motivasi utama pengunjung untuk mengunjungi destinasi tersebut.²⁰ Menurut Basiya dan Rozak, daya tarik estetika dari suatu lokasi merupakan daya tarik utama bagi wisatawan:

- 1) Daya tarik wisata (*natural attraction*) yang terdapat di lingkungan alam, seperti pantai, lautan, iklim, cuaca, dan pemandangan alam.
- 2) Daya tarik wisata berupa arsitektur (*building attraction*) seperti museum, bangunan-bangunan, dan monumen.
- 3) Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*) yang meliputi seni pertunjukan, museum, tempat bersejarah, tradisi, tarian, dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.
- 4) Daya tarik yang berhubungan dengan sosial, seperti bahasa dan adat istiadat masyarakat setempat.

c. Indikator Utama Daya Tarik Wisata

Komponen pendukung pariwisata merupakan komponen pariwisata yang selalu ada pada daerah tujuan wisata. Diketahui

²⁰ Basiya R dan Hasan Abdul Rozak, “Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah”, Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata, Vol. XI, No. 2 (2012), 2.

bahwa indikator utama ini memiliki pengaruh paling besar terhadap keinginan pengunjung untuk datang. Kegiatan pariwisata harus memenuhi kebutuhan pengunjung dengan daya tarik wisata, fasilitas umum, dan aksesibilitas. Menurut Cooper dalam buku Yohanes, Fauziah, dan Derinta menjelaskan bahwa indikator utama destinasi wisata yaitu:²¹

1) Daya tarik wisata (*attraction*)

Memuat ciri dan daya tarik yang unik berdasarkan alam, tradisi, dan benda buatan. Atraksi merupakan unsur pariwisata yang menarik perhatian wisatawan.

2) Amenitas (*amenity*)

Segala sesuatu yang dibutuhkan pengunjung selama berada di lokasi wisata disebut sebagai fasilitas pendukung dan penunjang, termasuk jenis sarana dan prasarana.

3) Aksesibilitas (*accessibility*)

Mengacu pada kemudahan mendapatkan transportasi ke tempat wisata yang dituju. Hal tersebut perlu dibarengi dengan tempat yang sesuai, seperti sarana, pengantaran, akses perjalanan, stasiun kereta api, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan perkiraan waktu perjalanan.

4) Layanan Pendukung (*ancillary services*)

Untuk kepentingan kegiatan wisata dan badan-badan yang bertugas memfasilitasi pelaksanaannya, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

2. Wisata Religi

a. Pengertian Wisata Religi

Wisata religi diartikan sebagai kegiatan wisata ke tempat-tempat yang biasa dikunjungi yang mempunyai makna khusus bagi

²¹ Derinta Entas Yohanes Sulistyadi, Fauziah Eddyono, *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019). Hlm. 20.

umat beragama, diantaranya adalah masjid yang berfungsi sebagai pusat keagamaan, tempat sholat, i'tikaf, azan dan iqomah. Pengertian wisata religi dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dalam pasal 1 dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.²² Menurut Anwar, wisata religi adalah sebuah satu wisata yang bertujuan untuk kebutuhan rohani manusia menguatkan iman dengan berkunjung ke suatu tempat yang dianggap terdapat nilai religiusnya.²³ Bentuk wisata religi saat ini tidak hanya sekadar mengunjungi masjid, makam atau berziarah, namun juga bisa melakukan kegiatan seperti mengaji.²⁴ Menurut Herdin dan Jumardi wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religius atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia.²⁵ Setelah menjalankan ritual keagamaan, peziarah seringkali merasakan transformasi batin yang mendalam, perasaan menjadi tenang, kedamaian batiniah, dan tumbuhnya sikap rendah hati dan pasrah kepada Allah Swt.²⁶

Dari uraian di atas mengenai wisata religi, peneliti menyimpulkan bahwa wisata religi adalah aktivitas perjalanan yang dapat ditempuh secara perorangan atau berkelompok menuju

²² Pemprov DKI Jakarta, “Undang-Undang-Nomor-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisata,” Pemprov DKI Jakarta, n.d., <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf>.

²³ Anwar, M.A, “*Kajian Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan*”, Jurnal Kebijakan Pembangunan, Vol. 14, No. 2 (2019), 179–190.

²⁴ Lukmanul Hakim dan Kurnia Muhajarah, “*Travel Pattern Wisata Religi di Jawa Tengah*”, Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy, Vol. 3, No. 1 (2023), 3.

²⁵ Herdin Muhtarom dan Jumardi, “Religious Attractions: Examining History and Socio-Economic Impacts on Local Communities (Case Study on Batu Qur'an Tourism Object, Pandeglang),” *Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora* 4, no. 1 (2020): 80.

²⁶ Fadhil Surur, *Wisata Halal Konsep Dan Aplikasi* (Makassar: University Press, 2020). Hlm. 38.

destinasi dengan karakteristik khusus. Tujuan wisata ini agar individu dapat mengalami peningkatan kesadaran spiritual akan keagungan Tuhan Yang Maha Esa.

b. Potensi Wisata Religi

Menurut Nawangsari, potensi pariwisata suatu destinasi terletak pada sumber daya yang dimiliki oleh objek wisata dan dapat ditransformasikan menjadi tujuan wisata yang menguntungkan, dengan tetap mempertahankan karakter uniknya.²⁷ Segala sesuatu yang dimiliki di lokasi wisata yang mendorong orang untuk pergi ke sana dan memanfaatkan fasilitas yang ada merupakan bagian dari potensi wisata. Selain itu, peziarah akan mendapatkan nilai lebih dari fasilitas yang ada karena terjaminnya kebersihan dan keamanan. Maryani, yang dikutip oleh Madarlis, mengatakan bahwa agar sebuah lokasi wisata dapat menarik minat peziarah, maka harus memenuhi kriteria pengembangan kawasan sebagai berikut:

1) What to see

Daya tarik yang menarik wisatawan harus mencakup hal-hal yang biasa dilihat wisatawan dan hal-hal yang membedakannya satu sama lain. Pemandangan alam, aktivitas seni, dan objek-objek wisata adalah sebuah tempat untuk menarik para peziarah.

2) What to do

Di dalam objek wisata selain fasilitas yang dapat dilihat, ada fasilitas ibadah dan spot pemandangan yang indah. Sehingga peziarah merasa nyaman untuk melakukan foto-foto dalam jangka waktu yang lama.

3) What to buy

Tempat wisata harus memudahkan para peziarah untuk membeli kesenian dan kerajinan lokal sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

²⁷ Wahyu Nurida Isnaeni Paulina Lubis Alkautsar, "Analisis Potensi Wisata Religi Dan Budaya Di Kota Jambi", Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 2, No. 2 (2024), 739.

4) *What to arrived*

Beberapa hal harus mudah diakses untuk mendukung sebuah lokasi wisata, seperti cara orang menuju lokasi, kendaraan yang digunakan, dan waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke sana.

5) *What to stay*

Daerah tujuan wisata terdapat tempat untuk pengunjung tinggal selama berlibur dan diperlukannya akomodasi yang baik seperti hotel berbintang atau non berbintang.²⁸

Dari pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa peziarah akan tertarik untuk berkunjung ke suatu destinasi tersebut apabila mereka mendapatkan kenyamanan dan seluruh kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

c. Bentuk-bentuk Wisata Religi

Menurut Lilik, Hakim, dan Nurlailah bentuk-bentuk wisata religi umumnya merupakan tempat yang memiliki makna khusus baik dari segi sejarah, spiritual, maupun kepercayaan, seperti:²⁹

- 1) Masjid, merupakan bangunan yang digunakan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan ibadah keagamaan umat Islam seperti shalat, *i'tikaf*, azan dan iqamah.³⁰ Seiring berjalannya waktu, masjid telah bertransformasi menjadi lebih dari sekedar tempat untuk shalat lima waktu, shalat Jumat, dan shalat Idul Fitri, tetapi juga menjadi pusat spiritual yang multiguna. Oleh karena itu, masjid menjadi tempat wisata terutama bagi umat Islam.
- 2) Makam, disebut sebagai tempat suci dalam tradisi Jawa. Makam adalah istilah yang lebih bermartabat untuk pemakaman dalam bahasa Jawa. Kata kerja *sare*, yang berarti “tidur”, adalah asal

²⁸ Ahmad Madarlis dan Ratna Puspa Wijaya, “Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan dan Keinginan Wisatawan”, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA.*, no. 23 (2016).

²⁹ Nurlailah Lilik Rahmawati, Abdul Hakim, *Wisata Religi Sebagai Destinasi Wisata Halal Telaah Konsep Dan Implementasi* (Surabaya: The UINSA Press, 2024). Hlm. 23.

³⁰ Teguh Purwantari, *Seri Bangunan Bersejarah Masjid* (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2023). Hlm. 1.

kata tersebut. Makam biasanya digunakan sebagai tempat peristirahatan.

- 3) Candi, candi adalah bangunan sebagai tempat ibadah yang berasal dari sejarah Hindu-Buddha. Candi memiliki nilai-nilai sejarah dan spiritual, dan masyarakat sering menggunakannya sebagai tempat ibadah, istana, pemandian, petirtaan, gapura, dan sebagainya. Pada masa lalu, candi berfungsi sebagai komponen, tetapi sekarang diganti oleh makam.³¹

3. Minat Kunjung Peziarah

a. Pengertian Minat Kunjung Peziarah

Minat peziarah adalah hal yang memotivasi orang untuk mengalihkan perhatiannya kepada hal lain atau orang lain.³² Kecenderungan hati yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu adalah arti kata minat dalam KBBI. Oleh karena itu, ada dua sumber yang diperlukan untuk membangkitkan minat terhadap suatu objek: internal dan eksternal. Dengan adanya isyarat internal yang mendorong perilaku untuk bersemangat, minat juga dapat dicirikan sebagai kemauan. Kemampuan untuk mengendalikan pikiran seseorang sangat dipengaruhi oleh gambaran dan rangsangan mental yang positif.³³

Minat kunjung peziarah juga diartikan sebagai tanggapan peziarah terhadap fasilitas yang mereka terima dan rasakan. Minat, menurut Mowen dan Minor, adalah sebuah dorongan, yaitu sebuah sensasi internal yang kuat yang dapat mendorong untuk bertindak, dan faktor lingkungan yang memengaruhi dorongan ini.³⁴ Seperti

³¹ Teguh Purwantari, *Seri Bangunan Bersejarah Candi* (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2023). Hlm. 2.

³² Kurniawan Gilang Widagdyo, "Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata Dan Minat Berkunjung Wisatawan", *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2 (2017), 263.

³³ Agung Slamet Sukardi dan Elvira Ulil Afidah, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara", *Journal of Management and Digital Business*, Vol. 4, No. 1 (2024), 19.

³⁴ John C dan Michael Minor Mowen, *Perilaku Konsumen. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya* (Jakarta: Erlangga, 2002).

yang didefinisikan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pendidikan, minat mencakup aspirasi, motivasi intrinsik, dan kecenderungan ke arah tertentu. Menurut definisi saat ini, keberhasilan sebuah objek wisata dalam menarik minat wisatawan sangat bergantung pada seberapa baik objek wisata tersebut memenuhi harapan mereka. Wisatawan akan kehilangan minat jika objek wisata tersebut tidak sesuai dengan harapan. Sebaliknya, jika daya tarik wisata sesuai dengan harapan, peziarah akan merasakan ketertarikan dan kepuasan.

Menurut Simamora dalam Syavardie menyatakan bahwa minat merupakan sesuatu yang bersifat pribadi dan melibatkan sikap, seseorang yang berminat pada suatu objek akan menimbulkan kekuatan atau dorongan melakukan suatu tindakan untuk mendekati dan memperoleh objek tersebut.³⁵ Keinginan seseorang untuk menikmati produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi alasan mengapa mereka ingin berkunjung. Jika daya tarik wisata meningkat, maka minat peziarah untuk berkunjung juga semakin meningkat.³⁶

Dari uraian pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa minat berkunjung didefinisikan sebagai kemauan dan dorongan seseorang untuk mendatangi suatu lokasi dengan tujuan tertentu. Minat kunjung peziarah berasal dari pengalaman pribadi atau dari orang lain, atau bahkan bisa juga dari iklan penyedia jasa. Pengelola wisata adalah penyedia jasa di wisata religi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Maka dari itu, pengelola masjid harus mampu membaca dan memahami kebutuhan dan keinginan mereka.

³⁵ Yimmi Syavardie, "Analisis Hubungan Psikologis Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Selamat Di Bukittinggi," *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review* 3, no. 1 (2021): 13–14.

³⁶ Ivo Novitaningtyas, Axel Giovanni, and Clarisa Alfa Lionora, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur," *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Vol. 9, No. 1 (2022): 29, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/index>.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Peziarah

Ariana dan Sudiarta menyatakan bahwa minat untuk mengunjungi tempat wisata dapat dipengaruhi oleh tiga faktor:³⁷

- 1) Keinginan untuk berkunjung ke tempat wisata berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari media sosial

Media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, emosi, dan daya tarik terhadap sebuah destinasi. Visualisasi yang menarik dapat membangkitkan imajinasi dan rasa penasaran calon pengunjung. Media sosial sebagai jembatan informasi dan inspirasi yang secara langsung mempengaruhi keinginan seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu.

- 2) Keinginan untuk mengunjungi tempat wisata berdasarkan kisah dari keluarga dan sanak saudara

Keluarga dan sanak saudara memberikan informasi yang dianggap lebih terpercaya dibandingkan sumber lain, cerita dari mulut ke mulut sama halnya mempromosikan wisata religi yang menceritakan pengalaman baik mereka selama perjalanan spiritualnya di destinasi tersebut.³⁸ Pengalaman-pengalaman ini akan menjadi faktor kunci yang perlu diperhatikan para peziarah saat merencanakan perjalanan wisata religi berikutnya. Dengan demikian, jumlah peziarah yang datang dapat meningkat.

- 3) Keinginan untuk berkunjung ke tempat wisata karena ingin tahu langsung tentang tempat wisata tersebut.

Peziarah akan tinggal di lokasi wisata religi yang dipilih, dimana mereka akan memanfaatkan waktu luang sebaik mungkin untuk menikmati fasilitas. Oleh karena itu, menjadi penting bagi penyedia layanan pariwisata untuk membangun

³⁷ I Nyoman Sudiarta Nyoman Ariana, *"Implementasi Marketing Mix Pada Masing-Masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali"*, Jurnal Manajemen Pariwisata, Vol. 6, No. 2 (2006).

³⁸ Ela Elliyana, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Kota Malang: Ahlimedia Press, 2020). Hlm. 147.

daya tarik wisata religi. Hal itu berarti bahwa destinasi adalah pusat fasilitas dan layanan publik yang dipersiapkan secara khusus untuk memenuhi berbagai kebutuhan para peziarah.

Minat merupakan dorongan kuat yang memotivasi seseorang dalam memilih suatu tindakan. Menurut Tjiptono, berikut ini adalah tiga cara untuk mengukur minat calon wisatawan:³⁹

1) Kesesuaian harapan

Penilaian peziarah tentang perbandingan antara harapan peziarah dengan daya tarik dan fasilitas yang dirasakan.

2) Minat untuk berkunjung Kembali

Keinginan dan kemungkinan seseorang untuk mengunjungi kembali suatu tempat karena kepuasan, kualitas layanan, atau kemudahan akses.

3) Ketersediaan untuk merekomendasi

Menunjukkan kepada peziarah agar bersedia untuk memberitahu teman dan keluarganya tentang tempat yang sudah dirasakan.

Pengunjung yang tertarik dengan suatu produk atau jasa selalu mencari informasi lebih lanjut mengenai produk atau jasa tersebut.⁴⁰

4. Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah

Berdasarkan temuan pengujian hipotesis, variabel daya tarik wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung. Kawatu dan Lintong menemukan bahwa segala sesuatu yang indah, menarik, dan unik baik itu fitur alam, budaya, atau hasil buatan manusia

³⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2014). Hlm. 368-369.

⁴⁰ Ai Lili Yulianti Ananda Rizki Aulia, "Pengaruh City Branding 'A Land Of Harmony' terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor", *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol. 3, No. 3 (2019), 69.

menjadi daya tarik wisata.⁴¹ Agar menarik peziarah untuk hadir, atraksi wisata harus menjaga keasliannya dan menawarkan produk berkualitas yang tidak dimiliki oleh atraksi lain.⁴²

Daya tarik wisata merupakan penggerak utama yang memotivasi peziarah untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Fatikhatun Faoziyah, Roby Setiadi, dan Hendri Sucipto yang melakukan penelitian pada Wisata Mangrove Pandansari mengemukakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Selain itu, penelitian yang dilakukan Faradillah pada Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta juga mengemukakan bahwa daya tarik memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan dengan variabel lainnya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Trisna Widjianto juga mengemukakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjung peziarah.

Penelitian yang dilakukan oleh Raissa yang melakukan penelitiannya pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen, hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa jika daya tarik wisata di suatu objek wisata bagus dan dapat menarik minat pengunjung, maka dapat ditafsirkan akan menaikkan minat kunjung di Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Meliya Ayu Romantika, Khotim Fadhli, Moh. Ja'far Shodik Maksu di Objek Wisata Religi di Kabupaten Jombang menyatakan bahwa variabel pelayanan dan daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di Kabupaten Jombang.

⁴¹ Victoria S. Kawatu, Silvy L. Mandey, and Debry Ch. A. Lintong, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang”, Jurnal EMBA, Vol. 8, No. 3 (2020), 401.

⁴² Nur Khojin Salim, Muhammad Nur Mialfi, Indah Dewi Mulyani, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjungan pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes”, Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, Vol. 2, No. 4 (2022), 116.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Merpaung semakin menarik daya tarik wisata yang ditawarkan, maka akan semakin menarik minat seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut.⁴³ Menurut Suwartono daya tarik wisata disebut potensi yang menjadi pendorong kehadiran pengunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Hal-hal yang dimiliki oleh daya tarik wisata mencakup suatu keunikan yang utama dalam menarik seseorang untuk datang dan menikmati keunikan tersebut.⁴⁴

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin menarik atraksi wisata yang disediakan oleh pengelola wisata religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta bagi para peziarah, maka semakin besar minat peziarah untuk berkunjung. Menurut Shinta berdasarkan hukum permintaan semakin rendah harga suatu produk, maka semakin banyak jumlah permintaan atas produk dan sebaliknya.⁴⁵ Tidak hanya harga, daya tarik wisata yang menarik serta fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung, akan memberikan ketertarikan bagi seseorang untuk berkunjung dan menikmati fasilitas yang tersedia, selain itu kebersihan dan jaminan keamanan dari fasilitas juga akan memberikan nilai tambahan untuk para pengunjung.⁴⁶

Berdasarkan kajian terdahulu, serta adanya pengaruh antara variabel daya tarik wisata terhadap minat kunjung peziarah, artinya apabila destinasi wisata religi memiliki daya tarik yang memukau, maka hal ini akan menarik peziarah untuk melakukan kunjungan wisata. Maka dibentuklah kerangka pemikiran ini sendiri yang dikaitkan dengan daya tarik wisata terhadap minat kunjung peziarah sebagai berikut.

⁴³ Ivo Novitaningtyas, Axel Giovanni, and Clarisa Alfa Lionora, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur*,” *Jurnal Pariwisata*. Vol. 9, No. 1 (2022), 30.

⁴⁴ Suwartono, *Dasar-Dasar Pariwisata* (Yogyakarta: Andi, 2004). Hlm. 105.

⁴⁵ Shinta, “Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern,” *Management Pemasaran* 9, no. 2 (2020): 126.

⁴⁶ K Rahmadayanti, T., & Murtadlo, “Pengaruh Efektivitas Media Sosial , Daya Tarik , Harga Tiket , Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan,” *Jurnal Ekonomi Islam*, 12, no. 1 (2020): 125–36.



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah (2024)

B. HIPOTESIS

Hipotesis yaitu asumsi sementara tentang rumusan masalah penelitian yang diajukan.⁴⁷ Sebab sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H_a : Daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta berpengaruh positif terhadap minat kunjung peziarah.
- H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terhadap minat kunjung peziarah.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 38.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian menunjukkan tolak ukur keberhasilan penelitian. Karena metode penelitian sangat penting untuk menyempurnakan kumpulan informasi penelitian. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memungkinkan untuk memeriksa populasi atau sampel secara acak, instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data adalah kuantitatif atau statistik, dan tujuan penelitian adalah untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁴⁸

Analisis regresi adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara dua variabel, serta pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel lainnya.⁴⁹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan apakah ada pengaruh positif antara kedua variabel. Seberapa signifikan pengaruh keduanya terhadap topik penelitian ini.⁵⁰

Lokasi penelitian ini berada di Jalan Ahmad Yani No. 121 Gilingan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136. Rancangan waktu penelitian dilakukan mulai dari perencanaan, survei lapangan dan pra riset pada tanggal 31 September 2024 sampai 3 Oktober 2024, pembuatan proposal skripsi pada bulan Oktober sampai 21 November 2024, revisi proposal skripsi pada 21 November 2024 sampai 11 Desember 2024, pengumpulan data pada 11 Januari 2025 sampai 12 Februari 2025, analisis data pada 15 Februari 2025 sampai 1 Maret 2025, penulisan laporan skripsi 2 Maret 2025 sampai 29 Maret 2025, penyempurnaan dilakukan pada 1 April 2025 sampai 11 April 2025.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 8.

⁴⁹ Darmawati Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, *Metodologi Penelitian* (Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018).

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022). Hlm. 147.

B. Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada komponen-komponen yang mengamati perubahan atau karakteristik tertentu untuk mengeksplorasi hubungan, mendapatkan informasi, dan menarik simpulan penelitian.⁵¹ Dalam penelitian ini variabel utama yang digunakan adalah:

1. Variabel Independen

Variabel yang memiliki efek pada kemunculan variabel lain, atau bertindak sebagai penyebab, dikenal sebagai variabel independen.⁵² Dalam kasus ini, huruf (X) merupakan representasi dari variabel independen.

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono, karena dipengaruhi oleh variabel independen, variabel dependen disebut sebagai variabel terikat atau variabel konsekuen. Variabel terikat yang ditunjukkan oleh huruf (Y) dalam penelitian ini adalah minat kunjung peziarah.

Dalam penjelasan yang diuraikan secara berurutan ini, terdapat kisi-kisi instrumen penelitian, definisi konseptual dan operasional, indikator, dan sub indikator.

1. Daya Tarik Wisata Religi

a. Definisi Konseptual

Daya tarik wisata yaitu segala sesuatu yang menarik minat orang untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat, mencakup objek, aktivitas, atau kegiatan yang menarik minat bagi pengunjung sepenuhnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan peziarah.

b. Definisi Operasional

Menurut Ismayanti daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 39.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 80.

keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan peziarah.⁵³ Daya tarik wisata mempengaruhi minat kunjung seseorang untuk berkunjung sesuai dengan tujuan tertentu. Realitasnya, yang bisa dipengaruhi adalah seberapa besar tingkat daya tarik wisata dalam mempengaruhi peziarah untuk berkunjung. Dapat disimpulkan bahwa kualitas daya tarik wisata adalah upaya pengelola masjid dalam memenuhi segala kebutuhan peziarah serta memberikan bentuk secara optimal untuk mengimbangi ekspektasi peziarah.

c. Indikator dan Sub Indikator

Daya tarik wisata berdasarkan 4 aspek yang telah disebutkan oleh Cooper yaitu:

1) Daya Tarik Wisata (*attraction*)

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menarik minat orang dalam melakukan perjalanan ke suatu tempat. Sub indikatornya yaitu: a) Ketertarikan dengan objek wisata, b) penilaian terhadap objek wisata, c) faktor yang membuat wisata religi menarik bagi pengunjung.

2) Amenitas (*amenity*)

Amenitas merupakan fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kenyamanan seseorang saat berkunjung ke destinasi wisata. Sub indikatornya yaitu: a) Penyedia fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung, b) kesesuaian antara informasi dalam internet dengan realitas, c) kemudahan dalam mencari informasi terkait fasilitas.

3) Aksesibilitas (*accessibility*)

Infrastruktur dan sarana yang dirancang untuk memudahkan pengunjung mencapai tempat wisata dikenal sebagai aksesibilitas. Tanpa aksesibilitas yang baik, objek wisata tidak

⁵³ Ismayanti, *Dasar-Dasar Pariwisata* (Jakarta: Repository Universitas Sahid, 2020). Hlm. 122.

akan bisa dikunjungi oleh seseorang. Sub indikatornya yaitu: a) Kecepatan pihak pengelola masjid dalam memberikan informasi terkait lokasi objek wisata, b) jaminan keselamatan bagi wisatawan selama perjalanan.

4) Layanan Pendukung (*ancillary services*)

Fasilitas tambahan yang tersedia bagi wisatawan atau yang memfasilitasi kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata dikenal sebagai fasilitas tambahan. Sub indikatornya yaitu: a) Keramahan petugas dalam melayani pengunjung, b) kesediaan pengelola dihubungi setiap saat.

d. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Kisi-kisi instrumen penelitian tentang daya tarik wisata berada pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Daya Tarik Wisata

No	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
1.	Daya Tarik Wisata (<i>attraction</i>)	a) Ketertarikan dengan objek wisata, b) penilaian terhadap objek wisata, c) program kajian keagamaan, d) faktor yang membuat wisata religi menarik bagi pengunjung.	1, 2, 3, 4
2.	Amenitas (<i>amenity</i>)	a) Penyedia fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung, b) kesesuaian informasi terkait fasilitas yang disediakan, c) kemudahan dalam mencari informasi terkait fasilitas, d) keamanan di area parkir, e) kelayakan fasilitas yang disediakan.	5, 6, 7, 8, 9, 10
3.	Aksesibilitas (<i>accessibility</i>)	a) kemudahan di perjalanan menuju destinasi wisata, b) jaminan keselamatan	11, 12, 13, 14

No	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
		bagi pengunjung selama perjalanan, c) keamanan di perjalanan menuju lokasi, d) tersedia fasilitas parkir	
4.	Layanan Pendukung (<i>ancillary services</i>)	a) Keramahan petugas dalam melayani pengunjung, b) kesediaan pengelola dihubungi setiap saat, c) keberadaan fasilitas penunjang, d) keterlibatan kepada Masyarakat	15, 16, 17, 18

Sumber: Teori dan pendapat berbagai ahli yang diolah,
2024

2. Minat Kunjung Peziarah

a. Definisi Konseptual

Minat kunjung peziarah adalah reaksi peziarah saat mengetahui tempat wisata tersebut. Ini adalah ketertarikan pengunjung yang disebabkan oleh perbandingan antara apa yang diharapkan dan apa yang sebenarnya terjadi.

b. Definisi Operasional

Minat kunjung diartikan sebagai ketertarikan seseorang yang akan berkunjung ke suatu destinasi wisata religi untuk melakukan ibadah atau ziarah spiritual dengan berdoa, mencari ketenangan dan menghayati makna spiritual.⁵⁴ dorongan internal yang memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat tertentu.⁵⁵ Keinginan berkunjung juga diartikan sebagai perilaku yang timbul sebagai respons terhadap objek wisata yang menunjukkan keinginan

⁵⁴ Diah Iklima Aminatuz Zuhriah, Stella Alvianna, Syarif Hidayatullah, Ryan Gerry Patalo and Widiawati, “*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), 5.

⁵⁵ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata* (Yogyakarta: Andi, 2017). Hlm. 209.

peziarah untuk melakukan perjalanan dengan tujuan beribadah atau ziarah.

Pengunjung berhak memilih berdasarkan rekomendasi dalam memilih destinasi wisata sesuai kehendaknya. Efek atau tindakan peziarah yang dimaksud adalah: 1) Keinginan untuk berkunjung berdasarkan informasi dari media massa, 2) keinginan untuk berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara, 3) keinginan untuk berkunjung karena ingin tahu langsung, 4) kesesuaian harapan, 5) keinginan berkunjung kembali, 6) kesediaan untuk merekomendasi.

c. Indikator dan Sub Indikator

Tiga indikator digunakan untuk mengukur minat peziarah terhadap kunjungan mereka, yaitu:

1) Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial

Merujuk pada ukuran yang digunakan untuk menilai efektivitas media dalam membangun daya tarik suatu tempat yang disampaikan oleh media massa. Sub indikatornya yaitu a) Visualisasi yang menarik, b) informasi yang mendetail, c) pengaruh tren, d) citra positif destinasi.

2) Keinginan berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara

Mengacu pada kekuatan hubungan emosional dan kepercayaan terhadap keluarga atau sanak saudara sebagai sumber informasi yang meyakinkan. Sub indikatornya yaitu a) Kredibilitas informasi, b) rekomendasi yang personal, c) pengaruh sosial dan budaya, d) penguatan keputusan.

3) Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung

Mengacu pada dorongan individu untuk mengunjungi suatu tempat wisata dengan tujuan memenuhi rasa penasaran dan mendapatkan pengalaman langsung. Sub indikatornya yaitu a)

Pengalaman langsung lebih mendalam, b) keaslian, c) motivasi belajar, d) faktor kepuasan personal.

4) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan mencakup persepsi peziarah tentang daya tarik wisata. Sub indikatornya yaitu: a) Perbandingan antara kualitas pelayanan yang diterima dan kualitas pelayanan yang diharapkan, b) perbandingan fasilitas antara kenyataan dan harapan.

5) Minat untuk berkunjung kembali

Merencanakan perjalanan religius kembali ke lokasi sebelumnya dan bersenang-senang dengan menikmati gaya perjalanan lain adalah salah satu faktor yang mendorong keinginan untuk kembali berkunjung. Sub indikatornya yaitu: (a) Keinginan melakukan wisata religi di tempat yang sama, (b) berencana mengikuti kegiatan yang ada di masjid.

6) Kesiediaan untuk merekomendasi

Rasa senang yang diungkapkan oleh peziarah saat merekomendasikan wisata religi kepada teman, keluarga, dan orang lain adalah bagian dari kesiediaan untuk merekomendasikan. Sub indikatornya yaitu: a) Kesiediaan merekomendasi wisata religi kepada orang lain, b) kesiediaan untuk melakukan promosi.

d. Kisi-Kisi Instrumen

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Minat Kunjung Peziarah

No	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
1.	Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial	a) Visualisasi yang menarik, b) informasi yang mendetail, c) pengaruh tren, d) citra positif destinasi.	19, 20, 21, 22
2.	Keinginan berkunjung berdasarkan	a) Kredibilitas informasi, b) rekomendasi personal, c) pengaruh sosial dan	23, 24, 25, 26

No	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
	cerita dari keluarga dan sanak saudara	budaya, d) penguatan keputusan	
3.	Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung	a) Pengalaman langsung lebih mendalam, b) keaslian, c) motivasi belajar, d) faktor kepuasan personal	27, 28, 29, 30
4.	Kesesuaian harapan	a) Perbandingan antara kualitas pelayanan yang diterima dan kualitas pelayanan yang diharapkan, b) perbandingan fasilitas antara kenyataan dan harapan.	31, 32
5.	Minat untuk berkunjung kembali	a) Keinginan berwisata religi di lokasi yang sama, b) berniat hadir untuk mengikuti kegiatan yang diadakan di masjid tempat wisata religi.	33, 34
6.	Kesediaan untuk merekomendasi	a) Kesiediaan merekomendasi wisata religi kepada orang lain, b) bersedia menyebarkan melalui media sosial.	35, 36

Sumber: Olahan dari teori dan pendapat berbagai ahli, 2024

C. Sumber dan Jenis Data

Data primer menurut Narimawati didefinisikan sebagai sekumpulan data atau informasi yang diperoleh secara langsung di lapangan dari sumber data asli yang tidak dalam bentuk dokumen.⁵⁶ Sumber data utama penelitian ini adalah responden, terutama mereka yang melakukan perjalanan ke Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta. Skor jawaban responden terhadap pernyataan instrumen untuk setiap variabel penelitian merupakan sumber data yang sangat diperlukan guna untuk mengetahui beberapa tanggapan

⁵⁶ Umi Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Agung Media, 2008). Hlm. 98.

yang diperoleh tentang adanya pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung peziarah.

Data sekunder, disisi lain berasal dari pengelola dan pengurus masjid yang memberikan informasi pendukung tentang variabel penelitian, yaitu daya tarik wisata dan minat kunjung peziarah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasinya adalah peziarah yang mengunjungi dan masih berencana ke Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Artinya, kriteria pengisian kuesionernya adalah seseorang yang telah atau berencana melakukan wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Populasi yang peneliti pilih adalah sekelompok hal atau orang yang memiliki beberapa karakteristik atau seperangkat kriteria yang sama, dari populasi inilah peneliti akan mengumpulkan data untuk penelitian.⁵⁷ Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta adalah objek wisata yang populer, dan 3.023.000 pengunjung internasional merupakan populasi dari penelitian ini.⁵⁸

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian penting dalam penelitian kuantitatif karena dari responden itulah peneliti mendapatkan sebagian besar data sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan. Peziarah yang pernah atau berniat mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed di Surakarta merupakan kriteria sampel. Ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Sugiyono menyatakan bahwa rumus Slovin dapat digunakan untuk memastikan jumlah sampel bila jumlah populasi diketahui. Dengan menggunakan rumus berikut ini, dapat menentukan ukuran sampel untuk penelitian ini pada tingkat signifikansi 5%:

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. Alfabeta (Bandung, 2016). Hlm. 93.

⁵⁸ Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, “Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata, 2023”.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = presentase batas tingkat kesalahan (*margin of error*)

Maka, sampel untuk penelitian ini adalah:

$$n = N / (1 + N (e))^2$$

$$n = 3.023.000 / (1 + (3.023.000 \times 0,05^2))$$

$$n = 3.023.000 / (1 + (3.023.000 \times 0,0025))$$

$$n = 3.023.000 / 1 + 7.557.5$$

$$n = 3.023.000 / 7.558.5$$

$$n = 399.95 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Oleh karena itu, 400 responden menjadi sampel penelitian ini.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini menggunakan *probability sampling*. Teknik *probability sampling* yaitu teknik yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pengumpulan data pada pengambilan sampel di penelitian ini menggunakan metode *stratified sampling*, yaitu teknik pengambilan anggota sampel dimana populasi dibagi menjadi beberapa subkelompok (strata) yang homogen berdasarkan karakteristik tertentu, kemudian sampel diambil secara acak dari setiap strata untuk memastikan representasi yang proporsional. Adapun karakteristiknya sebagai berikut:

- a. Responden peziarah yang berusia 18 tahun ke atas
- b. Telah atau berencana mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

E. Teknik Pengumpulan Data

Ketika menentukan kualitas data, komponen yang paling penting adalah metode pengumpulan data. Komponen penting dari data penelitian

kuantitatif adalah instrumen penelitian yang akan digunakan untuk melakukan berbagai uji statistik untuk tujuan penelitian. Validitas dan reliabilitas Sugiyono menyatakan bahwa instrumen penelitian yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya tidak benar-benar dinyatakan valid dan reliabel jika pengumpulan data yang digunakan tidak tepat.⁵⁹ Berikut ini adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden. Cara untuk mendapatkan pendapat orang adalah dengan memberikan serangkaian pernyataan tertulis dalam bentuk kuesioner.⁶⁰ Dalam hal ini, kuesioner akan dikirimkan kepada orang-orang berdasarkan kriteria tertentu. Dalam kuesioner tertutup, responden diperbolehkan untuk mengekspresikan pendapat pribadinya dengan memilih dari daftar pernyataan yang telah ditentukan yang dikembangkan oleh peneliti dengan menggunakan *Google Form* berdasarkan skala *Likert*. Menurut Sugiyono pada dasarnya skala *likert* digunakan dengan tujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial yang terjadi.⁶¹ Dengan kata lain, responden tidak diberi kesempatan untuk memberikan komentar.

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2022)

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 137.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 142.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 284.

2. Wawancara

Pertanyaan terstruktur yang diajukan oleh peneliti kepada individu yang diwawancarai dikenal sebagai metode wawancara. Daftar pertanyaan wawancara saat ini divalidasi, orisinalitas penelitian dinilai, dan informasi pendukung lainnya diperoleh melalui metode wawancara ini. Penelitian ini akan mewawancarai pengelola dan pengurus Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Kualitas penelitian bergantung pada keakuratan data, karena data menunjukkan variabel yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen berguna untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian atau daftar pernyataan layak untuk menjelaskan suatu variabel.⁶² Dimana daftar pernyataan digunakan berguna untuk mendukung kelompok variabel. Jika, validitas tinggi berarti instrumen dinyatakan valid atau benar. Namun, jika validitas rendah artinya instrumen dianggap tidak valid.⁶³ Tingkat validnya diukur dengan cara membandingkan r-hitung dengan r-tabel dengan tingkat signifikannya 0,05. Ketentuan dalam r-hitung dan r-tabel adalah jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka analisis datanya dikatakan valid.⁶⁴ Sebaliknya, jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka analisis datanya dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menurut Siregar berguna untuk memastikan bahwa hasil pengukuran konsisten. Jika seseorang melakukan hal yang sama pada subjek yang sama dua kali atau lebih, hasilnya akan tetap sama.⁶⁵ Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Jika

⁶² Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Paramedis* (Yogyakarta: Gava Media, 2012). Hlm. 31.

⁶³ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). Hlm. 169.

⁶⁴ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010). Hlm. 213.

⁶⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013). Hlm. 55.

nilai alfa suatu butir pertanyaan $< 0,60$, maka butir pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data berguna untuk menunjukkan sebaran data pada variabel penelitian.⁶⁶ Data dengan distribusi normal dapat dianggap terpercaya dan layak digunakan untuk penelitian jika mereka mewakili sebaran normal dan dapat dianggap mewakili populasi yang ada.

Metode *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji normalitas. Keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika pada baris *Asymp. Sig. (2 Tailed)* menyatakan angka signifikan (SIG) lebih dari 0,05 berarti semua data pada variabel tersebut memiliki distribusi normal.
- 2) Sebaliknya, jika angka signifikan (SIG) kurang dari 0,05 itu berarti bahwa distribusi normal tidak ada pada semua data.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model yang digunakan adalah linier atau tidak. Hasil uji linieritas akan memberikan informasi apakah model empiris yang digunakan sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik. Ada beberapa metode analisis grafis dan statistik yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu persamaan baik atau tidak. Metode statistik yang digunakan dalam uji linieritas ini adalah dengan cara memeriksa *scatterplot*. Pada *scatterplot*, sumbu vertikal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi. Jika nilai titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas maka hubungannya positif.

⁶⁶ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Paramedis* (Yogyakarta: Gava Media, 2012). Hlm. 172.

Namun, jika nilai titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kanan bawah naik ke kiri atas, maka hubungan tersebut negatif.⁶⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi, digunakan untuk memahami terjadi bias atau tidak dalam analisis model regresi. Ketika analisis regresi terjadi bias, maka estimasi model yang akan terjadi sulit karena tipe data tidak konsisten.⁶⁸ Regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk uji heteroskedastisitas adalah metode uji Glejser. Cara uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas (independen) dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikasi antara variabel bebas (independen) dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi dapat digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan. Menurut Sudjana untuk menghitung regresi linier sederhana digunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat

X : Variabel Bebas

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

Ketika Konstanta dalam regresi linier menggambarkan nilai variabel terikat Y saat variabel bebas X bernilai nol. Sedangkan, nilai koefisien

⁶⁷ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2011). Hlm. 145.

⁶⁸ I Wayan Widana dan Putu Lia Muliana, *Uji Persyaratan Analisis* (Jawa Timur: Klik Media, 2020). Hlm. 66.

regresi menggambarkan perubahan rata-rata variabel terikat Y terhadap perubahan satu unit dari variabel X .

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabel daya tarik wisata (X) secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung (Y). Pengambilan keputusan didasarkan pada hal berikut:

1) Berdasarkan nilai signifikansi (Sig)

- a) Jika nilai signifikansi (Sig) $< 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a diterima.
- b) Jika nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a ditolak.⁶⁹

2) Berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a diterima.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a ditolak.

b. Uji Determinasi (uji R^2)

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X untuk menjelaskan variabel Y . Koefisien determinasi ditunjukkan dalam tabel *Model Summary* pada output SPSS. Apabila nilai R Square lebih besar dari 0,5 berarti menunjukkan bahwa hasilnya baik, karena nilai R Square berada

⁶⁹ Siti Ma'sumah, *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian*. (Banyumas: CV: Rizquna, 2019). Hlm. 62.

pada nilai antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang baik adalah pada angka nol (0) dan satu (1). Adapun kriteria nilai koefisien nilai nol (0) dan angka satu (1) adalah sebagai berikut:

- 1) Mendekati angka nol (0) maka model variasi kemampuan dari variabel terikat yang dihasilkan sangat lemah atau terbatas.
- 2) Nilai koefisien determinasi yang mendekati pada angka satu (1) maka model variasi kemampuan dari variabel bebas akan menimbulkan keterkaitan dengan variabel terikat maka variabel yang dihasilkan sangat kuat.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Kondisi Geografis

Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki kondisi geografis yang strategis dan mudah diakses yang terletak di Jalan Ahmad Yani No. 121 Gilingan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136. Secara geografis, Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta berada di posisi 7°33'17.1500"S 110°49'36.0502"E. Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta berada di bekas lahan Depo Pertamina, dengan luas area sekitar 3 hektar dan luas bangunan utama mencapai 8.000 meter persegi.⁷⁰ Masjid ini memiliki kapasitas untuk menampung hingga 10.000 jamaah dan berbagai fasilitas, seperti ruang VIP, perpustakaan, basement untuk tempat wudhu pria dan wanita, taman, serta area parkir. Secara geografis, masjid ini berada di pusat Kota Surakarta. Kawasan sekitarnya merupakan area perkotaan dengan infrastruktur yang baik, termasuk jalan utama yang menghubungkan berbagai fasilitas publik sehingga mudah diakses dari berbagai penjuru kota.⁷¹

B. Sejarah Singkat Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Hubungan dekat antara Joko Widodo dan Sheikh Mohammed bin Zayed dilambangkan dengan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta yang megah, yang terletak di jantung kota Surakarta atau Solo. Dalam kunjungannya ke Indonesia pada bulan Juli 2019, Sheikh Mohammed bin Zayed menepati janjinya untuk menyumbangkan sebuah masjid di kampung halaman Presiden Jokowi. Singkatnya, delegasi dari UEA dan Indonesia menjelajahi Solo dan daerah sekitarnya untuk mencari tanah wakaf atau tanah milik pemerintah. Tim tersebut mempresentasikan sejumlah opsi kepada Presiden Joko Widodo dan Sheikh Mohammed bin Zayed, namun

⁷⁰ Setda Pemerintah Kota Surakarta, "Masjid Raya Sheikh Zayed Solo: Menjadi Destinasi Wisata Religi Yang Megah Dan Informatif". Setda Pemerintah Kota Surakarta, 2023, <https://setda.surakarta.go.id/page/index#>.

⁷¹ Wikipedia, "Masjid Sheikh Zayed Surakarta", Wikipedia Project, 2025, https://id.wikipedia.org/wiki/Masjid_Sheikh_Zayed_Surakarta.

mereka akhirnya memilih tanah milik negara di Gilingan Banjarsari Surakarta karena lokasinya yang dekat dengan kediaman Jokowi.

Masjid tersebut diberi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Nama ini diambil dari nama ayah Syekh Mohammed bin Zayed. Ini adalah nama yang sama dengan masjid kebanggaan nasional di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Oleh karena itu, masjid ini disebut sebagai replika dari Masjid Raya Syeikh Zayed di Abu Dhabi. Penggunaan ciri khas lokal dan Indonesia, seperti desain kawung di beberapa pintu masjid dan karpet batik di ruang salat utama, yang memberikan karakter unik pada masjid replika ini. Presiden Ir. Joko Widodo dari Indonesia dan Sheikh Mohammed bin Zayed dari Uni Emirat Arab meresmikan masjid ini pada tanggal 14 November 2022. Upacara pembukaan masjid ini berlangsung pada tanggal 1 Maret 2023, atas undangan Wakil Presiden Republik Indonesia KH. Ma'ruf Amin.⁷²



⁷² Abd. Halim, “Wawancara 11 Januari 2025”, n.d.

C. Kegiatan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta



JADWAL KAJIAN MASJID RAYA SHEIKH ZAYED SOLO

No	Waktu	Kajian	Pengisi	Tempat
1	Ahad, 12.15 WIB (Ba'da Dzuhur)	Kajian Tafsir Al-Qur'an	KH. Abdul Karim Al Hafidz	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
	Ahad, 18.15 WIB (Ba'da Maghrib)	Kitab Fathul Mu'in	KH. Mustain Nasoha, S.H., M.H.	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
2	Senin, 19.30 WIB (Ba'da Isya)	Kitab Bidayatul Hidayah	Habib Muhammad Bin Yahya Basagbah	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
3	Selasa, 12.15 WIB (Ba'da Dzuhur)	Kitab At Targhib wa At Tarhib	Kiai M. Subhan	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
4	Rabu, 13.00 WIB (Ba'da Dzuhur)	Kajian Keperempuanan	Ny. Hj. Sholihah (Rabu Ganjil) / Ny. Hj. Nur Hidayah Idris (Rabu Genap)	Main Prayer (Ruang shalat utama putri)
	Rabu, 19.30 WIB (Ba'da Isya)	Kitab Quthulul Falihin / Kitab Adabul'aulim Wal Muta'allim	Habib Ahmad bin Muhammad Al-Habasyi / Habib Alwi bin Ali Al-Habasyi (Rabu ke 4)	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
5	Kamis, 12.15 WIB (Ba'da Dzuhur)	Kitab Fathul Mu'in	KH. Mustain Nasoha, S.H., M.H.	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
6	Jum'at, 18.00 WIB (Ba'da Maghrib)	Kitab Al-Hikmah	KH. Zainal Ashom	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
7	Sabtu, 12.15 WIB (Ba'da Dzuhur)	Kajian Tafsir Al-Qur'an	KH. Abdul Karim Al Hafidz	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)
	Sabtu, 18.15 WIB (Ba'da Maghrib)	Kitab At Targhib wa At Tarhib	Kiai M. Subhan	Main Prayer (Ruang shalat utama putra)

JADWAL TA'LIM AL-QUR'AN MASJID RAYA SHEIKH ZAYED SOLO

No	Waktu	Kegiatan	Pengisi	Tempat
1	Senin, 12.30 WIB - 14.30 WIB	Sima'an Al-Qur'an untuk putri	Nyai Hj. Sekhah Wal'afiah	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2)
	Senin, 15.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putra	Ust. Chasif Sa'dullah & Ust. M. Nabihul Janan, S.Ag.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi selatan)
	Senin, 15.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putri	Ustadzah Usawatun Hasanah & Ustadzah Marida Kurnia Dewi, S.Pd.I.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi utara)
2	Selasa, 13.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putra	Ust. Chasif Sa'dullah & Ust. M. Nabihul Janan, S.Ag.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi selatan)
	Selasa, 15.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putri	Ustadzah Usawatun Hasanah & Ustadzah Marida Kurnia Dewi, S.Pd.I.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi utara)
3	Kamis, 15.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putra	Ust. Chasif Sa'dullah & Ust. M. Nabihul Janan, S.Ag.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi selatan)
	Kamis, 15.30 WIB - 17.00 WIB	Kelas Baca dan Tahfidz Al-Qur'an untuk putri	Ustadzah Usawatun Hasanah & Ustadzah Marida Kurnia Dewi, S.Pd.I.	Mezanin (Ruang shalat utama putri lantai 2 sisi utara)

Tambahan : Setiap malam Jum'at ba'da maghrib kegiatan Yasinan & Tahlil, dilanjutkan ba'da Isya kegiatan Pembacaan Maulid Al-Barzanji/Marhabanan bertempat di Main Prayer (Ruang shalat utama putra)

Gambar 4.1 Jadwal Kegiatan Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

Sumber: Manajemen Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

D. Pengelola Fasilitas Pada Kawasan Wisata Religi di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

1. Struktur Kepengurusan Organisasi Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

STRUKTUR KEPENGURUSAN

Imam Besar	: KH. Drs. Abdul Rozaq
Wakil Imam Besar	: KH. Abdul Karim
Anggota	: 1. Anas Farkhani, S.E., Ak, M.Ak, CFE.
	2. Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I.
Direktur	: Munajat, Ph.D.
Wakil Direktur	: Bagus Sigit Setiawan, S.H.

Bendahara	: Abd. Halim, S.Th.I, M.Hum.
Bidang Peribadatan M.Si., M.Pd.I.	: 1. KH. Mukhamad Muhtarom, 2. Hj. Sekhah Wal'afiah
Bidang Imam dan Muazzin	: 1. Drs. KH. Ibrahim Asfari, S.H. 2. KH. Agus Ma'arif, Lc. M.M.
Pendidikan dan Budaya	: 1. Prof. Sofyan Anif, M.Si. 2. Dr. Akhmad Ramdhon, S.Sos., M.A.
Bidang Pengawasan Layanan dan Operasional	: 1. H. M. Mashuri, S.E., M.Si. 2. Ir. Ahyani Sidik, M.A. 3. (Alm) H. Imron Supomo
Bidang Kajian dan Materi	: M. Subhan
Bidang Perempuan, Anak, dan Disabilitas	: 1. Hj. Istiqomah 2. Meika Asri Mandiri 3. Hj. Nur Hidayah Idris
Bidang Hubungan Kemasyarakatan	: 1. H. Zainur Ihsan Effendi 2. Joko Partono 3. Budi Yulistianto

Sumber: Data hasil penelitian yang diolah, 2025

Struktur di atas merupakan pelaksana harian badan pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. KH. Abdul Rozaq Shofawi merupakan pengasuh Pondok Pesantren Al-Muayyad Solo, Jawa Tengah yang resmi menjadi Imam Besar Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Sedangkan Wakil Imam Besarannya, yakni pengasuh Pondok Pesantren Al-Quraniy Azzayadiy, KH. Abdul Karim Ahmad Al Hafidz. Didampingi 21 pengurus masjid lainnya atau yang disebut sebagai pelaksana harian badan pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

E. Fasilitas Wisata Religi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

1. Tempat Wudhu



Gambar 4.2 Tempat wudhu Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil 11 Januari 2024

Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta (MRSZS) memiliki fasilitas tempat wudhu yang bersih, suci dan wangi yang memberikan kenyamanan bagi siapapun yang ingin masuk ke dalamnya. Wudhu merupakan salah satu syarat sahnynya suatu ibadah seperti shalat. Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki kapasitas sekitar 10.000 orang untuk menampung jama'ah. Sebanyak ratusan kran air disediakan untuk menunjang kebutuhan para jama'ah ataupun pengunjung untuk berwudhu. Tempat wudhu laki-laki berada di *basement* dengan pintu masuk melalui menara sebelah selatan, sedangkan untuk perempuan berada di *basement* menara sebelah utara, dimana kedua *basement* tersebut memiliki akses menuju ke ruang utama shalat. Selain di *basement*, jama'ah atau peziarah juga dapat melakukan wudhu di samping selasar selatan masjid sebelum memasuki area batas suci masjid. Area *basement* laki-laki dan perempuan juga terdapat ratusan wastafel cuci tangan dan puluhan toilet yang bersih untuk keperluan sanitasi bagi para jama'ah ataupun peziarah yang berkunjung di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

2. Ruang Shalat



Gambar 4.3 Ruang Shalat

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil 11 Januari 2025

Ruang shalat Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki fasilitas *Air Conditioner* (AC) yang bisa memberikan kesejukan bagi siapapun yang masuk ke dalam ruangan. Lantai ruang utama shalat juga terpasang karpet dengan perpaduan corak dan motif antara kearifan lokal dengan negeri timur Tengah, yang tentunya selalu terjaga kesuciannya. Karpet tersebut memadukan antara motif bunga, daun, batik, dan lingkaran bermotif arab di bagian tengahnya. Motif batik karpet tersebut menggabungkan antara batik 'kawung' Pekalongan yang berwarna kebiruan dan batik Solo yang berwarna kecoklatan sehingga memberikan kesan dan makna yang eksklusif. Makna tersebut menandakan bahwa adanya akulturasi budaya antara Uni Emirat Arab (UEA) dengan Indonesia yang memiliki tujuan agar persahabatan antar kedua negara ini dapat semakin erat. Ruang utama shalat masjid ini terdapat tasbih dan ratusan mushaf Al-Qur'an (terbitan UEA dan Kemenag RI) yang tersusun di atas meja-meja mengaji dan rak Al-Qur'an sehingga dapat digunakan oleh para peziarah atau jama'ah untuk mengaji.

3. Mushaf Ir. H. Joko Widodo



Gambar 4.4 Mushaf Al-Quran Ir. H. Joko Widodo

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil pada 11 Januari 2025

Mushaf Al-Qur'an akbar yang terletak di ruang bunga Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta ditulis dan dilukis (ornament) oleh para ulama atau tim dari Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ) Wonosobo, yang dihadiahkan untuk Bapak Ir. H. Joko Widodo. Beliau terlibat langsung dalam penulisan huruf pertama mushaf akbar ini, dengan menuliskan huruf 'ba' saat berkunjung ke Pondok Pesantren Al-Asy'ariah Wonosobo pada tahun 2017, dan menyaksikan penulisan huruf terakhir di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta pada tahun 2023. Oleh karena itu, nama "Ir. H. Joko Widodo atau Jokowi" disematkan pada nama mushaf akbar ini. Mushaf Al-Qur'an ini memiliki ukuran 3×2 meter dalam kondisi terbuka, dan $1,5 \times 2$ meter dalam kondisi tertutup, dengan berat mencapai 501 kilogram. Mushaf ini pertama kali ditulis pada tahun 2017 bertepatan pada malam 21 Ramadhan 1438 H dan selesai pada tahun 2020. Kemudian, pada tanggal 21 September 2023, mushaf ini diselesaikan dan dihibahkan oleh Presiden ke-7 RI, Ir. H. Joko Widodo kepada Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

4. Micro Forest



Gambar 4.5 Micro Forest

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil pada 11 Januari 2025

Micro Forest merupakan Photobioreactor Microalgae yang berfungsi sebagai alat bio-filtrasi alami dengan memanfaatkan proses fotosintesis mikroorganisme yaitu microalgae untuk membantu menyaring udara polutan dan menurunkan kadar karbondioksida. Melalui proses fotosintesis, emisi karbondioksida yang dihasilkan dari emisi lingkungan sekitar diserap dan menghasilkan oksigen setara dengan 4-5 pohon usia 10-15 tahun yang tumbuh di lingkungan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta sehingga dapat berkontribusi pada kualitas udara yang lebih baik bagi jama'ah dan peziarah masjid. Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta berkomitmen untuk selalu menjadi pendukung utama kemajuan teknologi, seperti bekerja sama dengan *Algatech* untuk mengembangkan MicroForest dalam menyelesaikan masalah lingkungan yang mendukung pelestarian lingkungan, terutama bagi generasi muda, untuk memahami dan mengaplikasikan teknologi hijau dalam kehidupan sehari-hari.

5. Perpustakaan



Gambar 4.6 Perpustakaan

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil pada 24 Januari 2025

Perpustakaan Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta ini seluas 20 meter persegi yang bisa dipergunakan untuk masyarakat umum. Di dalamnya, ratusan buku yang diletakkan di rak, bisa dibaca oleh jamaah. Fasilitas meja kursi juga disediakan untuk para jamaah yang ingin membaca buku saat menghabiskan waktu atau menunggu waktu shalat. Perpustakaan ini mendukung visi Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta sebagai pusat moderasi beragama dengan menyediakan informasi atau literatur Islam yang moderat. Perpustakaan Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta merupakan wadah dalam membangun pemahaman yang lebih baik tentang Islam yang moderat, serta mempromosikan toleransi antaragama. Koleksi perpustakaan masjid ini tidak terbatas hanya pada koleksi bercorak Islam, tetapi juga koleksi umum. Selain itu, perpustakaan masjid ini memiliki program rutin seperti kajian buku dan diskusi yang membahas topik-topik Islam yang menarik dan bermanfaat. Perpustakaan sebagai *center of excellent* karena orang bisa diskusi dan bedah buku, melakukan kajian, membaca banyak buku.

6. Bustanul Qur'an



Gambar 4.7 Bustanul Qur'an

Sumber: Dokumentasi pribadi, diambil 11 Januari 2025

Bustanul Qur'an di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta adalah sebuah taman yang menampilkan 29 jenis tanaman yang tercantum dalam Al-Qur'an dan Hadis. Tanaman-tanaman ini antara lain zaitun, tin, jagung, jeruk (citrun), serai, habbatussauda, mentimun, saffron, barley, dll. Program Bustanul Qur'an ini diluncurkan dengan penanaman simbolis pohon zaitun dan tin, serta penyerahan peralatan pengelolaan sampah hijau. Setiap tanaman dilengkapi dengan kode QR yang dapat dipindai oleh pengunjung untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait dengan ayat-ayat dalam Al-Qur'an yang mengatakan tanaman tersebut.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang termuat pada bab pertama menjelaskan tujuan penelitian, yaitu; (1) Untuk menganalisis daya tarik wisata religi di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta seperti arsitektur, fasilitas, dan kegiatan religi terhadap minat kunjung peziarah. (2) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara daya tarik wisata religi terhadap minat kunjung peziarah.

Oleh karena itu, data yang telah dikumpulkan diperiksa dan dievaluasi untuk memvalidasi hipotesis yang disebutkan dalam bab sebelumnya. Bab ini membahas mengenai; (a) hasil penelitian, (b) pengujian persyaratan analisis (Normalitas Data), (c) pengujian hipotesis, dan (e) keterbatasan penelitian.

A. Hasil Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori 4A dalam pariwisata yang meliputi daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas penunjang (*amenity*), dan layanan tambahan (*ancillary services*), untuk menganalisis seperti apa komponen-komponen tersebut dalam mempengaruhi minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

a. Daya Tarik Wisata (*attraction*)

Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki daya tarik utama yang kuat dalam hal estetika dan spiritualitas. Arsitektur masjid yang megah, terinspirasi dari Masjid Raya Syeikh Zayed di Abu Dhabi, bentuk dasarnya masih mengikuti masjid aslinya, yang masih kental dengan gaya arsitektur Maroko, Asia Selatan, dan Timur Tengah, dengan ukurannya yang lebih kecil. Di samping ukuran masjidnya yang kecil, yang menjadi ciri khas dari masjid ini dibandingkan dengan masjid aslinya adalah motif-motif batik di setiap bangunan, seperti kawung, kembang, dan bokor kencono.

Empat menara setinggi 99 meter, keempat menara yang menjulang setinggi 99 meter memberikan kesan monumental pada

masjid ini. menara-menara ini menjadi landmark yang mudah dikenali dari kejauhan. Kubah utama besar masjid ini memiliki diameter yang luas, yaitu 32 meter, dan tingginya mencapai 85 meter. Kubah ini menjadi salah satu fitur yang paling mencolok pada arsitektur masjid. Selain kubah utama, terdapat 81 kubah kecil yang mengelilingi kubah utama. Kubah-kubah kecil ini menambahkan detail yang indah dan kompleksitas pada struktur bangunan.

b. Aksesibilitas (*accessibility*)

Secara geografis, Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, baik oleh masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah. Ketersediaan akses transportasi umum, jalur kendaraan pribadi, serta lokasi yang tidak jauh dari Bandara Adi Soemarmo Surakarta memberikan mobilitas bagi pengunjung. Selain itu, tersedianya area parkir yang luas serta penunjuk arah yang informatif mendukung kenyamanan perjalanan menuju lokasi.

c. Fasilitas penunjang (*amenity*)

Masjid ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memadai, di antaranya adalah tempat penyimpanan barang untuk menyimpan sandal dan sepatu. Loker tersebut terletak di tiga bagian serambi timur masjid. Perpustakaan, sebagai fasilitas edukasi yang berada di menara masjid seluas 20 meter persegi yang bisa dipergunakan untuk masyarakat umum, fasilitas meja dan kursi disediakan untuk pengunjung yang ingin membaca buku saat menghabiskan waktu atau menunggu waktu shalat. Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta juga dirancang memiliki 4 menara dan 1 kubah utama, itu, memiliki kamar mandi dan tempat wudhu yang bersih. Untuk menuju ke lokasi tersebut, jamaah diarahkan untuk menyusuri serambi sisi kanan atau kiri. Kemudian, diarahkan ke lantai 1 atau basement masjid. Jamaah bisa menggunakan tangga atau lift yang tersedia. Setiap akan, masuk terdapat petugas yang akan mengarahkan

Sesampainya, di basemen masjid, terdapat ratusan tempat wudhu, yang bisa leluasa digunakan. Tempat wudhu, ini lengkap fasilitas tempat duduk dan ramah disabilitas. Kemudian, disetiap dinding lokasi tempat wudhu terdapat cermin untuk merapikan pakaian yang dikenakan. Tempat shalat fungsi utama masjid dipergunakan untuk melakukan ibadah shalat lima waktu dan amalan lainnya. Khusus untuk ruangan inti masjid, akan dibuka saat waktu shalat. Oleh kemaren itu, saat waktu itu, para jamaah kembali akan diperiksa oleh para petugas yang berjaga di pintu masuk. Jamaah laki-laki diarahkan ke ruangan inti masjid sejajar dengan iman masjid. Kemudian, jamaah perempuan harus menaikkan tangga atau lift untuk melakukan shalat dilantai 3. Didalam ruangan ini, ornamen bangunan khas Timur Tengah yang mengelilingi. Arsitektur Islam modern ini menggambarkan persahabatan antara UEA dan Indonesia juga sangat dirasakan Karpet masjid dengan corak batik Kawung, juga terasa empuk dan nyaman saat menunaikan ibadah shalat. Taman bustanul Qur'an, ara jamaah bisa melakukan berswa foto dikawasan taman yang berada di sekeliling bangunan masjid. Mulai dari sisi depan atau sisi Utara masjid, terdapat taman prasasti peresmian langsung oleh Presiden Joko Widodo (Jokowi) dengan Presiden UEA Mohamed Bin Zayed Al-Nahyan. Adapun air mancur dengan background masjid juga bisa digunakan untuk berfoto. Kemudian, disisi Selatan terdapat pula taman yang penuh dengan pohon kurma dan palem. Sedangkan, untuk ruang pertemuan VIP dikhususkan lokasi transit tamu undangan jika ada acara atau kegiatan di Masjid Raya Sheikh Zayed Solo.

d. Layanan Tambahan (*ancillary services*)

Layanan tambahan seperti promosi wisata, penyediaan paket wisata religi, serta jasa pemandu profesional belum sepenuhnya optimal. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang pengembangan dalam aspek ancillary services. Kurangnya

pengelolaan dan promosi yang terarah menyebabkan sebagian besar pengunjung mengetahui keberadaan masjid dari informasi informal atau media sosial pribadi.

Daya tarik utama inilah yang menjadi faktor paling dominan dalam membentuk minat kunjung dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa 61,4% dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik utama, aksesibilitas, dan fasilitas penunjang. Sedangkan sisanya 38,6% berasal dari layanan tambahan seperti promosi wisata, penyediaan paket wisata religi, serta jasa pemandu profesional belum sepenuhnya optimal dan tidak dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata religi dalam penelitian ini, sehingga menjadi potensi bagi penelitian lanjutan.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 400 responden, yang merupakan pengunjung Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta saat ini maupun yang akan datang. Peneliti dapat memperoleh informasi mengenai jenis kelamin, usia, dan alamat responden dari 400 kuesioner yang diberikan. Inilah yang peneliti temukan melalui survei yang telah diisi oleh responden:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian yang dilakukan terhadap peziarah Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	136	34%
2.	Perempuan	264	66%
Jumlah		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah (Output Google Form), 2025

Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan jumlah responden dan presentase berdasarkan jenis kelamin. Terdapat dua jenis kelamin yang diamati yaitu laki-laki dan perempuan. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa berjumlah 136 berjenis kelamin laki-laki dan 264

responden perempuan. Dengan demikian total responden dalam sampel tersebut adalah 400 responden. Dari presentase masing-masing jenis kelamin dalam penelitian ini terdapat 34% untuk presentase berjenis kelamin laki-laki dan 66% berjenis kelamin perempuan. Maka, disimpulkan bahwa mayoritas dalam penelitian ini ialah peziarah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 264 responden dengan presentase 66%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1.	18-26 tahun	223	55,75%
2.	27-34 tahun	137	34,35%
3.	35-42 tahun	27	6,75%
4.	> 42 tahun	13	3,25%
Total		400	100%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2025

Dari tabel 5.2 menunjukkan jumlah responden dan presentase berdasarkan usia responden. Terdapat 4 *range* yang diamati dalam penelitian ini yaitu usia 18-26 tahun, 27-34 tahun, 35-42 tahun, dan yang berusia > 42 tahun. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat 223 responden dari usia 18-26 tahun, 137 responden dari usia 27-34 tahun, 27 responden dari usia 35-42 tahun, dan terdapat 13 responden yang berusia diatas > 42 tahun. Oleh karena itu, total responden dalam sampel penelitian ini sebanyak 400 responden. Selain itu, diperoleh informasi dari data di atas tentang presentase masing-masing *range* usia. Usia 18-26 tahun sebanyak 55,75%, usia 27-34 tahun didapat 34,35%, usia 35-42 tahun sebanyak 6,75% sedangkan usia di atas > 42 tahun sebanyak 3,25%. Dari data tersebut dapat ditarik Kesimpulan bahwa mayoritas dalam penelitian ini ialah peziarah yang berusia 18-26 tahun sebanyak 223 responden dengan presentase 55,75%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tinggal

Dari data yang diperoleh, responden penelitian dikategorikan berdasarkan wilayah tinggal:

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tinggal

No.	Alamat	Jumlah Responden	Persentase
1.	Jawa Tengah	360	90%
2.	Jawa Barat	5	1,25%
3.	Jawa Timur	23	5,75%
4.	Luar Jawa	12	3%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah (*Output Google Form*), 2025

Berdasarkan tabel 5.3 menunjukkan jumlah responden dan presentase berdasarkan wilayah tinggal dalam penelitian ini peziarah yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah sebanyak 360 responden, Provinsi Jawa Barat sebanyak 5 responden. Provinsi Jawa Timur sebanyak 23 responden. Dan Luar Jawa sebanyak 12 responden. Selain itu, dalam penelitian ini diperoleh juga data tentang presentase dari masing-masing wilayah tinggal responden.

Terdapat 90% yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah, 1,25% dari Provinsi Jawa Barat, 5,75% dari Provinsi Jawa Timur, dan 3% dari Luar Jawa. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas dalam penelitian ini ialah peziarah yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah yang berjumlah 360 responden dengan presentase 90%.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar valid, sehingga dapat dianggap sebagai alat yang tepat untuk mengukur hasil penelitian. Jika r -hitung lebih besar pada taraf signifikansi 5% daripada r -tabel, maka butir instrumen dinyatakan valid. Jika nilai r -hitung lebih kecil daripada nilai r -tabel, maka butir instrumen tersebut dianggap tidak valid dan tidak dapat digunakan

dalam penelitian. Dalam penelitian ini, standar validitas yang digunakan adalah bahwa nilai r -hitung harus lebih besar dari nilai r -tabel. Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned} r\text{-tabel: } df &= n - 2 \\ df &= 400 - 2 \\ df &= 398 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan hasil dari r -tabel pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 398 adalah 0,098. Artinya, instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika r -hitung $>$ 0,098 (r -tabel).

Berikut hasil uji validitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS terhadap butir instrumen dari variabel daya tarik wisata (X):

Tabel 5.4 Validitas Variabel Daya Tarik Wisata (X)

Indikator	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Daya Tarik Wisata (<i>attraction</i>)	X-1	0,518	0,098	Valid
	X-2	0,577	0,098	Valid
	X-3	0,634	0,098	Valid
	X-4	0,604	0,098	Valid
Amenitas (<i>amenity</i>)	X-5	0,593	0,098	Valid
	X-6	0,607	0,098	Valid
	X-7	0,621	0,098	Valid
	X-8	0,682	0,098	Valid
	X-9	0,625	0,098	Valid
	X-10	0,524	0,098	Valid
Aksesibilitas (<i>accessibility</i>)	X-11	0,652	0,098	Valid
	X-12	0,548	0,098	Valid
	X-13	0,539	0,098	Valid
	X-14	0,597	0,098	Valid
Layanan Pendukung (<i>ancillary services</i>)	X-15	0,640	0,098	Valid
	X-16	0,632	0,098	Valid
	X-17	0,664	0,098	Valid
	X-18	0,611	0,098	Valid

Sumber: Diolah dari data primer Februari, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel 5.4, 18 item yang relevan dengan daya tarik wisata diuji validitasnya menggunakan *Pearson's Correlation*. Hasilnya menunjukkan bahwa 18 item tersebut valid.

Tabel 5.5 Validitas Variabel Minat Kunjung Peziarah (Y)

Indikator	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial	Y-1	0,579	0,098	Valid
	Y-2	0,596	0,098	Valid
	Y-3	0,641	0,098	Valid
	Y-4	0,628	0,098	Valid
Keinginan berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara	Y-5	0,711	0,098	Valid
	Y-6	0,644	0,098	Valid
	Y-7	0,591	0,098	Valid
	Y-8	0,619	0,098	Valid
Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung	Y-9	0,643	0,098	Valid
	Y-10	0,642	0,098	Valid
	Y-11	0,615	0,098	Valid
	Y-12	0,612	0,098	Valid
Kesesuaian harapan	Y-13	0,605	0,098	Valid
	Y-14	0,618	0,098	Valid
Minat untuk berkunjung kembali	Y-15	0,599	0,098	Valid
	Y-16	0,577	0,098	Valid
Kesediaan untuk merekomendasi	Y-17	0,643	0,098	Valid
	Y-18	0,540	0,098	Valid

Sumber: Data Primer diolah Februari, 2025

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa 18 pertanyaan kuesioner yang dipertimbangkan untuk kunjungan tersebut lolos uji validitas dengan menggunakan Korelasi Pearson. Semua pertanyaan yang berkaitan dengan variabel daya tarik wisata adalah valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena pada tingkat signifikansi 5%, $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas bertujuan guna mengetahui kestabilan alat ukur penelitian berupa kuesioner apabila diujikan dengan subjek yang sama hasilnya konsisten, sehingga dapat dipercaya sebagai alat ukur. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

Nilai *cronbach's alpha* kuesioner menunjukkan reliabilitas kuesioner. Nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ menunjukkan bahwa daftar

pertanyaan yang menjadi dimensi variabel dapat dianggap reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ menunjukkan bahwa kuesioner tidak reliabel. Jika hasilnya menunjukkan bahwa kuesioner tidak reliabel, alat ukur penelitian tersebut mungkin telah memberikan informasi yang salah tentang subjek atau objek yang diteliti, sehingga hasilnya tidak dapat dipercaya.

Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Wisata

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	18

Sumber: Data primer oleh SPSS 25, Maret 2025

Dari hasil tabel 5.6 menunjukkan bahwa semua instrumen pada variabel daya tarik wisata yang terdiri dari 18 item dianggap dapat diandalkan atau valid, dengan koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,897 yang melebihi nilai batas minimum 0,60.

Tabel 5. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Kunjung Peziarah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	18

Sumber: Olahan SPSS data primer Februari, 2025

Dalam tabel 5.7 menunjukkan koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,904 melebihi nilai batas minimum 0,60. Artinya, seluruh daftar pertanyaan tentang variabel minat kunjung peziarah yang terdiri dari 18 item dapat dipercaya dan dapat digunakan selama proses pengumpulan data.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah metode yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu data berasal dari populasi yang berdistribusi

normal atau berada dalam sebaran normal.⁷³ Dalam penelitian ini digunakan uji statistik *non parametik* Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan fungsi distribusi frekuensi kumulatif. Melihat *Exact Sig.* (2 tailed), penelitian ini menggunakan *exact sig.* karena lebih akurat untuk data yang besarnya kecil, jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka distribusinya dikatakan normal. Distribusi dikatakan normal jika nilai signifikansi $\geq 0,05$. Hasil uji normalitas data metode *Kolmogorov-Smirnov* ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	6.415
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.044
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, 2025

Data tabel menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mengikuti distribusi “**normal**”. Karena 0,10 lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) dari baris tersebut adalah signifikan.

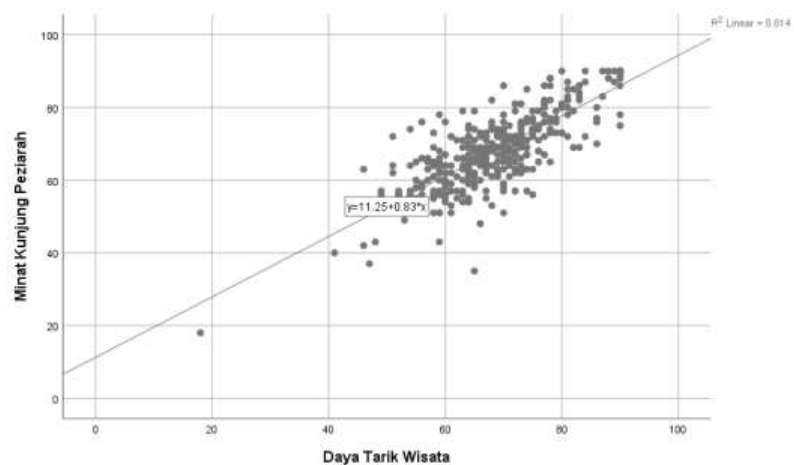
2. Uji Linieritas

Tujuan utama dari uji linieritas adalah untuk menentukan apakah suatu model bersifat linier. Manakah dari tiga model empiris yang mungkin terjadi yaitu linier, kuadrat, atau kubik, akan ditentukan oleh hasil uji linieritas. Jika ingin menentukan apakah sebuah persamaan sangat baik atau tidak, dapat menggunakan sejumlah pendekatan analisis grafis dan statistik. Metode statistik yang digunakan dalam uji

⁷³ M. Budiantara Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, *Buku Ajar Dasar Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017). Hlm. 79.

linieritas ini adalah dengan cara memeriksa *scatterplot*. Pada *scatterplot*, sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi. Jika nilai titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas maka hubungannya positif. Namun, jika nilai titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kanan bawah naik ke kiri atas, maka hubungan tersebut negatif.

Tabel 5.9 Hasil Uji Linieritas



Sumber: Data primer yang diolah (*Output SPSS 25*), 2025

Berdasarkan tabel 5.9, bahwa *output* grafik *scatterplot* terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas, maka bisa disimpulkan terdapat hubungan yang linier dan positif antara variabel daya tarik wisata dengan minat kunjung peziarah. Hubungan positif memiliki makna jika daya tarik wisata mengalami peningkatan maka minat kunjung peziarah juga akan meningkat.

3. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas yakni mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi. Regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heterokedastisitas. Penggunaan metode dalam penelitian ini untuk uji heterokedastisitas yakni metode uji Glejser. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas (independen) dengan absolut residual $> 0,05$ berarti tidak ada masalah heterokedastisitas.

Tabel 5.10 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.428	1.479		5.021
	Daya Tarik Wisata	-.037	.021	-.087	1.742

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data primer yang diolah (*Output SPSS 25*), 2025

Hasil uji heteroskedastisitas tabel 5.10 menunjukkan bahwa semua variabel, termasuk daya tarik pariwisata, memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi, berdasarkan hasil uji tersebut.

D. Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana hubungan daya tarik wisata (X) dan minat kunjungan peziarah (Y) serta seberapa besar pengaruhnya, maka dilakukan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat

X : Variabel Bebas

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

Tabel 5.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	11.250	2.289		4.914
	Daya Tarik Wisata	.831	.033	.783	25.143

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Peziarah

Sumber: *Output SPSS*, 2025

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa terdapat tingkat signifikansi sebesar 0,00 dan nilai t_{hitung} sebesar 25,243. Dapat disimpulkan bahwa terdapat

hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata (X) dengan minat berkunjung (Y) karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Dimana *cell* B berisi nilai konstanta sebesar 11,250 dan pengaruh daya tarik wisata itu sendiri memiliki nilai variabel sebesar 0,831 maka bisa didapatkan persamaan seperti dibawah ini:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,250 + 0,831X$$

Melihat hasil uji koefisien linier sederhana pada variabel daya tarik wisata (X) sebesar 0,831 yang menunjukkan bahwa pengaruh daya tarik wisata (X) terhadap minat peziarah berkunjung (Y) di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta adalah sebesar 83,1%. Jika daya tarik wisata Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta tinggi maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 83,1%. Jika daya tarik wisata Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta kecil, maka minat berkunjung juga akan mengalami penurunan sebesar 83,1%.

E. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel daya tarik wisata (X) mempengaruhi atau tidak terhadap minat kunjung peziarah (Y). Adapun dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (*Sig*) $< 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikansi (*Sig*) $> 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a ditolak.
- c. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a diterima.

- d. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu H_a ditolak. Untuk menentukan t tabel digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= n - k - 1 \\ &= 400 - 1 - 1 \\ &= 398 \text{ (df)} \\ &= 1,966 \end{aligned}$$

Tabel 5.12 Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	11.250	2.289		4.914	.000			
	Daya Tarik Wisata	.831	.033	.783	25.143	.000	.783	.783	.783

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Peziarah

Sumber: *Output SPSS*, 2025

Dari hasil uji-t pada tabel 5.12 dan dasar pengambilan keputusan di atas, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata (X) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 25,143 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka kesimpulannya bahwa H_a diterima yang berarti secara positif dan signifikan variabel daya tarik wisata (X) mempengaruhi minat kunjung peziarah (Y) di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.

2. Hasil Uji Determinasi (Uji R^2)

Menurut Priyatno, menerangkan bahwa jenis analisis yang bertujuan agar diketahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat disebut dengan analisis koefisien determinasi.⁷⁴ Jika analisis menggunakan regresi sederhana, maka yang dipakai adalah nilai *R Square*. Tetapi apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka menggunakan nilai *Adjusted R Square*. Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui koefisien determinasi variabel X atau seberapa besar

⁷⁴ Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013). Hlm. 66.

hubungannya dengan variabel Y. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan nilai R Square.

Tabel 5.13 Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.613	6.423

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata

Sumber: *Output SPSS, 2025*

Dari tabel 5.13 dapat disimpulkan nilai *R Square* adalah 0,614 yang berarti 61,4%. Nilai-nilai ini menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Artinya bahwa variabel daya tarik wisata determinan memengaruhi variabel minat kunjung peziarah sebesar 61,4%. Variabel tambahan yang tidak diteliti oleh peneliti memengaruhi sisa 38,6%.

F. Pembahasan

1. Daya tarik wisata di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Berdasarkan hasil uji t (parsial) didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $25,143 > 1,966$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi 0,831. Dari ketentuan tersebut dapat dinyatakan bahwa daya tarik wisata secara positif dan signifikan mempengaruhi minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Jadi dapat ditarik kesimpulan dimana, semakin baik daya tarik wisata pada Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta, maka semakin baik minat peziarah untuk berkunjung.

Dari hasil temuan di lapangan oleh peneliti dan dari hasil jawaban responden pada kuesioner, daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat kunjung peziarah karena responden menganggap objek Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki arsitektur bangunan (*building attraction*) yang indah, fasilitas yang memadai. Hal tersebut didukung oleh jawaban responden yang sebagian besar setuju bahwa Masjid Raya

Syeikh Zayed Surakarta memiliki fasilitas yang baik, suasana yang sejuk serta memberikan rasa aman kepada peziarah.

Menurut Lemy, diantara jenis daya tarik wisata atau atraksi wisata, salah satunya yaitu daya tarik wisata alam (*natural attraction*). Daya tarik wisata alam merupakan pusat utamanya daya tarik wisata. Seperti pemandangan alam yaitu tanaman jagung, zaitun, buah tin, citrun, lemongrass, habbatussauda, mentimun, saffron, barley, basil, black henna, gandum, oud, pisang, bawang putih, wijen, lentil, delima, palm, anggur, semangka, bawang merah, labu, jahe, bitter apple, lidah buaya, mustard, chard, leek.⁷⁵

Daya tarik wisata menjadi tolak ukur responden ketika ingin mengunjungi ke tempat wisata. Berikut ini adalah indikator yang diberikan oleh peneliti kepada responden:

- a. *Something to see* (ada yang dilihat). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung dapat melihat kemegahan arsitektur Masjid Raya Syeikh Zayed di Surakarta. Tanaman-tanaman atau Bustanul Qur'an juga dapat dilihat oleh responden.
- b. *Something to do* (ada yang dikerjakan). Di Surakarta, pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed memastikan bahwa pengunjung memiliki akses ke fasilitas yang memadai, termasuk beberapa tempat berfoto yang bagus. Menurut tanggapan mereka, responden setuju bahwa ada banyak tempat yang layak untuk mengambil foto dan video di masjid. Masjid ini semakin menarik karena selain nilai estetikanya, juga memiliki fasilitas seperti perpustakaan dan ruang taman yang dapat dinikmati pengunjung.
- c. *Something to buy* (ada yang dibeli). Hasil penelitian menunjukkan bahwa di sekitar Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terdapat pedagang-pedagang yang berjualan di sekitar Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

⁷⁵ Diena M. Lemy, *Jasa Pariwisata* (Yogyakarta: Explore, 2018). Hlm. 24.

Dengan demikian, daya tarik wisata dapat dijadikan salah satu instrumen penentu mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif menandakan responden setuju bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat kunjung peziarah. Hal ini sejalan dengan pendapat menurut Robert Christie Mill daya tarik wisata mempunyai kekuatan tersendiri sebagai bagian dari produk pariwisata karena dapat menginspirasi pengunjung dan mendorong seseorang untuk melakukan kunjungan.⁷⁶ Dengan adanya daya tarik wisata yang menarik diharapkan membuat peziarah akan semakin mengenal masjid tersebut sehingga dapat meningkatkan pengunjung yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanto & Astutik, menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung peziarah dengan t_{hitung} sebesar $2,122 > t_{tabel}$ 1,990 dan nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$.⁷⁷ Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariyani, yang menunjukkan hasil nilai t_{hitung} 2,553 $> t_{tabel}$ 2,051 menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat kunjung peziarah.⁷⁸

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap penilaian masyarakat terhadap masing-masing indikator, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Skor}}{n \times \text{jumlah skala likert (5)}}$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

n = Jumlah Sampel (400 responden)

⁷⁶ Isdarmanto, *Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2017). Hlm. 15.

⁷⁷ Budi Susanto dan Puji Astutik, "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Edukasi Manyung."

⁷⁸ Suyitno Ariyani, Misriah, Vita Dhamera, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon," *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2 (2022): 133–47.

Tabel 5.14 Klasifikasi TCR

No.	Persentase Pencapaian	Kriteria
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 jawaban responden pada setiap indikator:

a. Daya Tarik Wisata (*attraction*)

Tabel 5.15 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya tarik Wisata

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	X.1	1645	4,11	82%	Baik
2.	X.2	1651	4,13	83%	Baik
3.	X.3	1522	3,81	76%	Baik
4.	X.4	1423	3,56	72%	Baik

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan dari tabel 5.15 dapat diketahui bahwa item X.1 berada pada tingkatan kategori “baik”. Dibuktikan dengan hasil perhitungan TCR (Tingkat Capaian Responden) berada pada rentang angka 66% - 84% artinya peziarah merasa puas dengan desain arsitektur bangunan dan keindahan masjidnya. Adapun item yang lainnya masuk dalam kategori “baik” berkaitan dengan aktivitas atau kegiatan yang ada di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

b. Amenitas (*amenity*)

Tabel 5.16 Distribusi Jawaban Responden Indikator Amenitas

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	X.5	1545	3,86	78%	Baik
2.	X.6	1592	3,98	80%	Baik
3.	X.7	1640	4,10	81%	Baik
4.	X.8	1600	4	80%	Baik
5.	X.9	1474	3,69	74%	Baik
6.	X.10	1508	3,77	76%	Baik

Sumber: Olahan data primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.16, semua item dinilai baik, yang menunjukkan bahwa ruang sholat bersih dan menarik. Dan berkaitan dengan bukti fisik seperti tersedianya kamar mandi, WC, wastafel dan terpisah antara laki-laki dan perempuan. Pengelola dapat ditingkatkan lagi dalam hal fasilitas yakni fasilitas air untuk cebokan setelah wudhu yang meyakinkan untuk kesuciannya, kebersihan toilet yang tidak menyebabkan bau tidak sedap. Dalam hal ini, pengelola harus benar-benar memberikan fasilitas yang memadai demi mewujudkan minat kunjung peziarah, dengan harapan untuk merekomendasi kepada orang lain yang lebih banyak lagi.

c. Aksesibilitas (*accessibility*)

Tabel 5.17 Distribusi Jawaban Responden Indikator Aksesibilitas

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	X.11	1493	3,73	75%	Baik
2.	X.12	1469	3,67	74%	Baik
3.	X.13	1508	3,77	76%	Baik
4.	X.14	1422	3,56	72%	Baik

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 5.17 menunjukkan bahwa indikator aksesibilitas pada variabel daya tarik wisata dapat dikatakan “baik” karena nilai TCR berada pada rentang 66% - 84%. Artinya kemampuan pengelola dalam memberikan rasa aman dan nyaman serta menumbuhkan kepercayaan peziarah dapat dikatakan baik. Pengelola masjid telah menyediakan tempat parkir yang aman. Beberapa hal yang perlu ditingkatkan pada indikator aksesibilitas agar mencapai kriteria tertinggi yakni pihak pengelola dapat lebih meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan peziarah.

d. Layanan Pendukung (*ancillary services*)

Tabel 5.18 Distribusi Jawaban Responden Indikator Layanan Pendukung

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	X.15	1503	3,76	76%	Baik
2.	X.16	1471	3,68	74%	Baik

3.	X.17	1487	3,72	75%	Baik
4.	X.18	1481	3,70	75%	Baik

Sumber: Olahan data primer, 2025

Setiap Bersumber dari tabel 5.18 dapat diketahui bahwa semua item berada pada tingkatan kategori “baik”. Beberapa hal yang perlu ditingkatkan pada indikator layanan pendukung agar mencapai kriteria tertinggi yakni pihak pengelola dapat lebih sigap dalam memberikan informasi yang dibutuhkan peziarah dan mengatasi permintaan peziarah. Secara keseluruhan, layanan pendukung dalam Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dapat dikatakan “baik”.

Masjid tersebut mempunyai desain arsitektur yang megah dan terinspirasi oleh Masjid Syeikh Zayed di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Ciri khas arsitekturnya termasuk kubah besar yang indah, pilar-pilar tinggi, dan ornamen khas Timur Tengah. Hal itu, menjadikan daya tarik bagi peziarah. Oleh sebab itu, ketepatan dalam melayani, kesigapan dalam menanggapi masalah peziarah, keamanan dan kenyamanan, serta fasilitas yang memadai perlu untuk diperhatikan demi mewujudkan minat kunjung. Ketika daya tarik wisatanya baik, peziarah akan lebih puas. Oleh karena itu, daya tarik wisata yang baik harus setara atau lebih baik dari apa yang diharapkan peziarah.

2. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung peziarah (Y). Hal ini dibuktikan nilai *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,614% atau 61,4%. Artinya variabel daya tarik wisata dapat mempengaruhi minat kunjung peziarah ke Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta sebesar 61,4%. Selebihnya 38,6% diperoleh dari pengaruh variabel atau faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Miastita, menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat berkunjung.⁷⁹ Temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iranita dan Purta, yang menyebutkan aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat peziarah untuk berkunjung. Artinya aksesibilitas merupakan faktor penting guna meningkatkan kunjungan para *tourist* untuk berkunjung ke Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.⁸⁰

Dalam Surat Al-Mulk ayat 15, Islam memberikan penjelasan mengenai aksesibilitas, atau kemudahan untuk mencapai suatu objek wisata:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: *“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi. Maka, jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan”*.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan bumi yang mudah dijelajahi artinya penjurur bumi mudah untuk dilalui, kemudian dengan kemudahan yang telah diciptakan maka lakukanlah perjalanan untuk menjelajahi bumi.⁸¹ Ayat tersebut juga sangat berhubungan dengan melakukan suatu kunjungan wisata perlu didukung dengan akses yang mudah untuk dilalui atau perlu diakses yang mudah untuk menuju ke obyek wisata.

⁷⁹ Hayatul Maspufah Alit Miastita, Tamriatin Hidayah, “Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Keuangan* 4, no. 1 (2023): 51–65.

⁸⁰ Iranita & Putra Alamsyah, “Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Wisata Bahari Desa Benan,” *Jurnal Bahtera Inovasi* 2, no. 2 (2019).

⁸¹ Norma Azmi Farida, “Tafsir Surat Al-Mulk Ayat 15: Berkelanalah! Hingga Sadar Kefanaan Dunia Dan Kekekalan Allah,” 5 Desember, 2020, <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-mulk-ayat-15-berkelanalah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dan-kekekalan-allah/>.

Berdasarkan pemaparan teori di atas sudah bisa menjelaskan seberapa kuatnya peranan faktor atraksi, fasilitas, akses menuju lokasi, dan fasilitas pendukung lainnya pada objek Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta, maka semakin kuat pengaruhnya terhadap minat kunjung seseorang. Di samping itu, nilai koefisien regresi yang lebih besar pada daya tarik wisata menunjukkan bahwa Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta mempunyai daya tarik yang baik dalam menarik minat kunjung seseorang. Uraian distribusi jawaban responden pada tiap indikator dalam variabel minat kunjung peziarah, sebagai berikut:

- a. Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial

Tabel 5.19 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung berdasarkan informasi dari media sosial

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.1	1612	4,03	81%	Baik
2.	Y.2	1579	3,95	80%	Baik
3.	Y.3	1515	3,79	76%	Baik
4.	Y.4	1583	3,96	80%	Baik

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Semua item berada dalam kategori “baik”, seperti yang ditunjukkan pada tabel 5.19. Hal ini mengindikasikan bahwa para peziarah merasa puas dengan minat mereka untuk berkunjung sebagai hasil dari media sosial.

- b. Keinginan berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara

Tabel 5.20 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.5	1463	3,66	74%	Baik
2.	Y.6	1404	3,51	71%	Baik
3.	Y.7	1456	3,64	73%	Baik
4.	Y.8	1409	3,52	71%	Baik

Sumber: Diolah dari data primer, 2025

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 5.20, semua item termasuk dalam kelompok baik. Oleh karena itu, para peziarah

cenderung untuk pergi tergantung pada apa yang mereka dengar dari orang yang mereka cintai.

c. Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung

Tabel 5.21 Distribusi Jawaban Responden Indikator Keinginan berkunjung karena ingin tahu langsung

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.9	1579	3,95	80%	Baik
2.	Y.10	1612	4,03	81%	Baik
3.	Y.11	1522	3,81	76%	Baik
4.	Y.12	1557	3,89	78%	Baik

Sumber: Dari data primer yang diolah, 2025

Bersumber dari tabel 5.21 yang menunjukkan bahwa indikator minat untuk berkunjung karena ingin tahu secara langsung terdapat pada tingkatan kategori “baik” dengan persentase pencapaian 66% - 84%. Artinya peziarah bersedia melakukan kunjungan di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta agar dapat merasakan dan menikmatinya secara langsung.

d. Kesesuaian harapan

Tabel 5.22 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kesesuaian harapan

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.13	1426	3,57	72%	Baik
2.	Y.14	1489	3,72	75%	Baik

Sumber: Diolah dari data primer, 2025

Berdasarkan tabel 5.22 dapat diketahui bahwa indikator kesesuaian harapan berada pada tingkatan kategori baik terbukti pada nilai dari item Y.13 dan Y.14. Artinya, peziarah menikmati fasilitas yang disediakan di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

e. Minat untuk berkunjung kembali

Tabel 5.23 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat untuk berkunjung kembali

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.15	1533	3,83	77%	Baik
2.	Y.16	1363	3,41	69%	Baik

Sumber: Diolah dari data primer, 2

Tabel 5.23 menunjukkan indikasi tingkat minat yang tinggi untuk berkunjung, yang berada di antara 66% dan 84%. Hal ini menjadi pertanda baik bagi kelanjutan ziarah ke Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

f. Ketersediaan untuk merekomendasi

Tabel 5.24 Distribusi Jawaban Responden Indikator Ketersediaan untuk merekomendasi

No.	Item	Skor	Mean	TCR	Kategori
1.	Y.17	1544	3,86	78%	Baik
2.	Y.18	1650	4,13	83%	Baik

Sumber: Diolah data primer, 2025

Tabel 5.24 menunjukkan bahwa variabel minat kunjungan dikategorikan “baik” dalam hal keinginan untuk memberi saran. Hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung ke Surakarta antusias untuk memuji Masjid Raya Syeikh Zayed karena keindahannya.

Minat kunjung yang harus diperhatikan yakni daya tarik wisata, dimana daya tarik wisata sendiri merupakan salah satu faktor minat kunjung yang diteliti pada penelitian ini. Sebab, jika daya tarik wisata termasuk fasilitas yang ada diterima berkualitas baik, maka minat kunjung peziarah juga tinggi. Adapun wujud dari minat kunjung itu sendiri adalah perasaan puas atas segala bentuk fasilitas yang diterima ketika kegiatan di masjid berlangsung. Selain itu, berencana melakukan kunjungan kembali ke masjid tersebut. Peziarah juga akan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh pengelola masjid seperti acara haul, serta akan merekomendasikan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta baik secara *word of mouth* ataupun media sosial. Beberapa dari hal tersebut merupakan bentuk minat kunjung peziarah yang harus dipertahankan oleh pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

Minat kunjung merupakan ketertarikan atau keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat atau objek tertentu. Apabila fasilitas yang dirasakan oleh peziarah masih jauh dari

harapan atau ekspektasi maka peziarah akan mengalami kekecewaan. Sebaliknya, jika fasilitas yang diperoleh sesuai atau lebih baik dari harapan maka peziarah akan merasa puas. Harapan peziarah terbentuk dari pengalaman pribadi, rekomendasi dari orang lain secara langsung, atau informasi yang tersebar melalui media sosial. Namun, jika peziarah merasa tidak puas, kemungkinan besar mereka tidak akan kembali mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, peziarah juga dapat menyampaikan keluhan mereka melalui media sosial atau menceritakannya kepada teman atau kerabat.

Pengelola masjid dapat dikatakan berhasil atau sukses jika peziarah merasakan ketertarikan dari fasilitas yang diterima. Dimana indikator daya tarik wisata dalam penelitian ini telah dijelaskan sebelumnya yang mencakup atraksi (*attraction*), amenitas (*amenity*), aksesibilitas (*accessibility*), dan layanan pendukung (*ancillary*). Empat indikator daya tarik wisata tersebut sangat berpengaruh terhadap minat kunjung peziarah, sebab daya tarik wisata merupakan salah satu dari empat faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

G. Keterbatasan Penelitian

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti satu variabel independen yaitu daya tarik wisata. Sedangkan, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat kunjung seseorang yaitu kualitas pelayanan promosi, dan paket wisata. Karena keterbatasan referensi dari penelitian sebelumnya, maka dari itu peneliti hanya bisa memberikan data terbaru dengan sedemikian rupa.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh daya tarik wisata dan minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta:

1. Variabel daya tarik wisata berkriteria “baik” dengan persentase pencapaian 66% - 84% berdasarkan perhitungan dengan rumus TCR (Tingkat Capaian Responden) dan berpengaruh positif terhadap minat kunjung peziarah, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 25,143 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin banyak daya tarik wisata yang ditawarkan oleh pihak pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta kepada peziarah, maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap minat kunjung peziarah untuk melakukan kunjungan.
2. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan daya tarik wisata terhadap minat kunjung peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Sehingga hipotesis yang menyatakan daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui koefisiensi korelasi r_{xy} sebesar 0,783 dan r^2 sebesar 0,614. Ini mengindikasikan bahwa sebesar 61,4% dari variasi minat kunjung peziarah dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata, sementara 38,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti promosi, jasa pendukung dan paket wisata yang tidak diteliti oleh peneliti.

B. Saran

Peneliti memberikan beberapa saran untuk meningkatkan penelitian selanjutnya:

1. Untuk pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bentuk saran, ide, dan perspektif yang dapat diambil untuk

mempertimbangkan dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik wisata di masa depan, antara lain:

- a. Daya tarik wisata yang perlu dikembangkan agar dapat menarik minat kunjung peziarah adalah indikator layanan tambahan, yaitu kesediaannya pihak pengelola masjid untuk dihubungi kapanpun dibutuhkan.
- b. Indikator minat kunjung peziarah yang harus ditingkatkan dan dipertahankan salah satunya fasilitas yang tersedia. Karena, jika fasilitas yang tersedia baik maka peziarah puas dan menarik minat untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Variabel daya tarik wisata dan kunjungan peziarah dapat dipahami lebih lanjut dengan penerapan teori-teori yang relevan dalam penelitian selanjutnya. Di luar masalah daya tarik wisata, aspek-aspek lain dapat diselidiki untuk penelitian di masa depan yang mempengaruhi pariwisata. Kekurangan dalam penelitian ini seharusnya tidak menghalangi peneliti di masa depan untuk mencoba mengisinya dan memajukan pemahaman tentang bagaimana daya tarik wisata mempengaruhi tingkat kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Slamet Sukardi dan Elvira Ulil Afidah. (2024). “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara.” *Journal of Management and Digital Business* 4, no. 1: 19.
- Ahmad Madarlis dan Ratna Puspa Wijaya. (2016). “Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan Dan Keinginan Wisatawan.” *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA.*, no. 23.
- Alit Miastita, Tamriatin Hidayah, Hayatul Maspufah. (2023). “Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Keuangan* 4, no. 1: 51–65.
- Alkautsar, Wahyu Nurida Isnaeni Paulina Lubis. (2024). “Analisis Potensi Wisata Religi Dan Budaya Di Kota Jambi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2: 739. <https://doi.org/https://repository.unja.ac.id/>.
- Ananda Rizki Aulia, Ai Lili Yulianti. (2019). “Pengaruh City Branding ‘A Land Of Harmony’ Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 3, no. 3: 69.
- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Anwar, M.A. (2019). “Kajian Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan.” *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 14, no. 2: 179–90.
- Arikunto Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyani, Misriah, Vita Dhameria, Suyitno. (2022). “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 2: 133–47.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. “Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata, 2023.” Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2024. <https://surakartakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDU1IzI=/jumlah-pengunjung-daya-tarik-wisata.html>.
- Balqis, Faradillah Inavah. (2023). “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim Ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta.” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Basiya R dan Hasan Abdul Rozak. (2012). “Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* XI, no. 2: 2.
- Budi Susanto dan Puji Astutik. (2020). “Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya

- Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Edukasi Manyung.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi* 1, no. 1: 38.
- Departemen Agama RI. (2007). *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Depok: PT Sabuq dan PT Tiga Serangkai.
- DetikNews. (2014). “Menparekraf Minta Pemkab Gresik Punya Standar Pelayanan Wisata Religi.” dalam <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-2524405/menparekraf-minta-pemkab-gresik-punya-standar-pelayanan-wisata-religi> diakses 25 November 2024.
- Dzul Fahma, dkk. (2023). “Pengaruh Daya Tarik Dan Hasil Review Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung Ke Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta.” *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 03, no. 02: 121.
- Elliyana, Ela. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Kota Malang: Ahlimedia Press.
- Fadhil Surur. (2020). *Wisata Halal Konsep Dan Aplikasi*. Makassar: University Press.
- Fatikhathun Faoziyah, Roby Setiadi, Hendri Sucipto. (2022). “Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandansari.” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2: 4804.
- Hakim, Lukmanul. (2020). “Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata Religi Pada Masa Covid-19 Melalui Optimalisasi Penggunaan”.
- Halim, Abd. “Wawancara 11 Januari 2025,” n.d.
- Herdin Muhtarom dan Jumardi. (2020). “Religious Attractions: Examining History and Socio-Economic Impacts on Local Communities (Case Study on Batu Qur'an Tourism Object, Pandeglang).” *Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora* 4, no. 1: 80.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- I Wayan Widana dan Putu Lia Muliana. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Jawa Timur: Klik Media.
- Iklima Aminatuz Zuhriah, Stella Alvianna, Syarif Hidayatullah, Ryan Gerry Patalo, Diah, and Widiawati. (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, no. 1: 5.
- Iranita & Putra Alamsyah. (2019). “Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Wisata Bahari Desa Benan.” *Jurnal Bahtera Inovasi* 2, no. 2.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Ismayanti, A.PAR., M.SC. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: Repository Universitas Sahid.

- Jakarta, Pemprov DKI. “Undang-Undang-Nomor-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisata.” Pemprov DKI Jakarta, n.d. <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf>.
- Kasih, Wahyutika Chandra. (2019). “Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Religi Pada Islamic Center Kalimantan Timur Di Kota Samarinda.” *EJournal Administrasi Bisnis* 7, no. 4: 425.
- Kawatu, Victoria S., Silvy L. Mandey, and Debry Ch. A. Lintong. (2020). “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang.” *Jurnal EMBA* 8, no. 3: 401.
- Kurniawan Gilang Widagdyo. (2017). “Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata Dan Minat Berkunjung Wisatawan.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 7, no. 2: 263.
- Lemy, Diena M. (2018). *Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: Explore.
- Lilik Rahmawati, Abdul Hakim, Nurlailah. (2024). *Wisata Religi Sebagai Destinasi Wisata Halal Telaah Konsep Dan Implementasi*. Surabaya: The UINSA Press.
- Lukmanul Hakim dan Kurnia Muhajarah. (2023). “Travel Pattern Wisata Religi Di Jawa Tengah.” *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1: 3.
- Mowen, John C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Norma Azmi Farida. “Tafsir Surat Al-Mulk Ayat 15: Berkelanalah! Hingga Sadar Kefanaan Dunia Dan Kekekalan Allah.” 5 Desember, 2020. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-mulk-ayat-15-berkelanalah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dan-kekekalan-allah/>.
- Novitaningtyas, Ivo, Axel Giovanni, and Clarisa Alfa Lionora. (2022). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur.” *Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 9, no. 1: 29. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/index>.
- Novitaningtyas, Ivo, Axel Giovanni, and Clarisa Alfa Lionora. (2022). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur.” *Jurnal Pariwisata* 9, no. 1: 30.
- Nugraha, Firman. *Manajemen Masjid: Panduan Pemberdayaan Fungsi-Fungsi Masjid*, 2016. <https://books.google.co.id/books?id=40HYDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, M. Budiantara. (2017). *Buku Ajar Dasar Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Nyoman Ariana, I Nyoman Sudiarta. (2006). “Implementasi Marketing Mix Pada Masing-Masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali.” *Jurnal Manajemen Pariwisata* 6, no. 2.

- PR Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pub. L. No. pasal 1 ayat (5) (2009). [https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/admin_baru/gambar/Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.pdf](https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/admin_baru/gambar/Undang-Undang%20Nomor%2010%20Tahun%202009%20tentang%20Kepariwisata.pdf).
- Priyatno, Duwi. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Pusdatin. “Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Agustus 2024.” Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-agustus-2024>.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). “Pengaruh Efektivitas Media Sosial , Daya Tarik , Harga Tiket , Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan.” *Jurnal Ekonomi Islam*, 12, no. 1: 125–36.
- Rizki Nurul Nugraha dan Fikri Virgiawan. (2022). “Pengembangan Daya Tarik Wisata Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 03, no. 06: 6446.
- Salim, Muhammad Nur Mialfi, Indah Dewi Mulyani, Nur Khojin. (2022). “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes.” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 4: 116.
- Setda Pemerintah Kota Surakarta. “Masjid Raya Sheikh Zayed Solo: Menjadi Destinasi Wisata Religi Yang Megah Dan Informatif.” Setda Pemerintah Kota Surakarta, 2023. <https://setda.surakarta.go.id/page/index#>.
- Shinta. (2020). “Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern.” *Management Pemasaran* 9, no. 2: 126.
- Siti Ma’sumah. (2019). *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian*. Banyumas: CV: Rizquna.
- Solo, Masjid Raya Sheikh Zayed. “Masjid Raya Sheikh Zayed Solo – Sheikh Zayed Grand.” Masjid Zayed Publishing House, n.d. <https://masjidzayedsolo.or.id/>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, Wiratna. (2012). *SPSS Untuk Paramedis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono. (2012). *SPSS Untuk Paramedis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumalyo, Yulianto. (2006). *Arsitektur Masjid Dan Monumen Sejarah Muslim*. UGM Press.
- Susanto, Lukmanul Hakim dan Dedy. (2022). "Travel Pattern Wisata Religi Di Jepara." *Jurnal Sains Terapan* 8, no. 2.
- Suwantoro. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Syofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Teguh Purwantari. (2023). *Seri Bangunan Bersejarah Candi*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Teguh Purwantari. (2023). *Seri Bangunan Bersejarah Masjid*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Umi Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Widjianto, Trisna. (2019). "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass".
- Widyarini. (2020). "Pemasaran Wisata Halal Di Indonesia Pasca Covid -19." *Az Zarga'* 12, no. 1: 212.
- Wikipedia. "Masjid Sheikh Zayed Surakarta." Wikipedia Project, 2025. https://id.wikipedia.org/wiki/Masjid_Sheikh_Zayed_Surakarta.
- Yimmi Syavardie. (2021). "Analisis Hubungan Psikologis Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Selamat Di Bukittinggi." *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review* 3, no. 1: 13–14.

Yohanes Sulistyadi, Fauziah Eddyono, Derinta Entas. (2019). *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian

Yth. Saudara/saudari

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Latifah Alkhoiriyah, mahasiswi Program Studi Manajemen Dakwah (S1), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang, sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta”**. Saya mohon kesediaan waktu Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini berdasarkan pengalaman yang dirasakan. Informasi yang Saudara/i berikan hanya digunakan untuk tujuan penelitian semata dan terjamin segala kerahasiaannya.

Saya mengucapkan terima kasih atas perhatian dan partisipasi anda dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

A. Identitas Responden

1. Nama responden:
2. Jenis Kelamin:
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
3. Usia:
4. Alamat asal:
5. Pekerjaan:
 - a) Pelajar/Mahasiswa
 - b) Ibu Rumah Tangga
 - c) Tenaga Pendidik
 - d) Wiraswasta
 - e) Wirausaha
 - f) PNS
 - g) Pegawai Swasta
 - h) Buruh
 - i) Lainnya

6. Pengalaman Kunjungan:

- a) Apakah Anda sudah pernah mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?
- Ya
 - Belum, tetapi berencana mengunjungi
- b) Jika sudah, berapa kali Anda mengunjungi masjid ini?
- 1 kali
 - 2-3 kali
 - > 3 kali

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah dengan cermat daftar pernyataan yang tersedia
2. Berilah jawaban pada pernyataan berikut ini yang sesuai dengan pendapat saudara/i, pada kolom yang tersedia keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Daya Tarik Wisata (X)						
Daya tarik wisata (<i>attraction</i>)						
1.	Masjid Raya Syeikh Zayed memiliki desain arsitektur yang unik dan mencerminkan nilai-nilai Islami					
2.	Keindahan dan keagungan masjid ini membuat pengunjung tertarik untuk berwisata religi					
3.	Aktivitas keagamaan di masjid ini menarik untuk diikuti oleh pengunjung					

4.	Informasi sejarah dan nilai religi di Masjid Raya Syeikh Zayed disampaikan dengan jelas					
Amenitas (<i>amenity</i>)						
5.	Kebersihan lingkungan Masjid Raya Syeikh Zayed sangat terjaga					
6.	Terdapat fasilitas umum seperti toilet, tempat wudhu yang bersih, suci, dan wangi					
7.	Terdapat ruang shalat yang nyaman, bersih, suci dan sejuk bernuansa kemegahan ala negeri Timur Tengah					
8.	Kondisi sarana beribadah yang disediakan sangat baik					
9.	Terdapat keamanan penjaga parkir di area parkir					
10.	Terdapat perpustakaan sebagai pusat moderasi beragama, seperti buku yang membahas topik-topik Islam					
Aksesibilitas (<i>accessibility</i>)						
11.	Lokasi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta mudah dijangkau menggunakan transportasi umum maupun pribadi					
12.	Kondisi jalan menuju destinasi wisata religi ini baik dan mendukung aksesibilitas pengunjung					
13.	Terdapat papan petunjuk arah yang jelas menuju Lokasi masjid					
14.	Fasilitas parkir di area masjid cukup memadai dan mudah diakses					
Layanan Pendukung (<i>ancillary services</i>)						

15.	Pengelola masjid bersikap ramah dalam membantu kebutuhan pengunjung					
16.	Terdapat layanan informasi wisata yang mudah diakses					
17.	Masjid memiliki jadwal kegiatan yang terstruktur, sehingga memudahkan pengunjung untuk berpartisipasi					
18.	Pengelolaan masjid melibatkan masyarakat dalam mendukung wisata religi ini					
Minat Kunjung Peziarah (Y)						
19.	Saya tertarik berkunjung setelah melihat visualisasi foto dan video yang ditampilkan di media sosial					
20.	Saya mengetahui informasi tentang Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dari media sosial (instagram, tiktok, facebook, twitter, dll.)					
21.	Tren berkunjung ke Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta yang sedang populer di media sosial mempengaruhi keinginan saya					
22.	Media sosial membantu membangun persepsi saya bahwa masjid ini layak dikunjungi					
23.	Saya merasa yakin dengan kebenaran informasi yang disampaikan keluarga tentang masjid ini					
24.	Saya tertarik untuk berkunjung karena saran langsung dari keluarga atau sanak saudara					

25.	Tradisi atau kebiasaan dalam keluarga saya mendukung kunjungan ke tempat-tempat bersejarah seperti masjid ini					
26.	Informasi dari keluarga saya memperkuat keputusan saya untuk menjadikan masjid ini sebagai destinasi kunjungan					
27.	Saya ingin berkunjung ke Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta untuk merasakan pengalaman langsung yang tidak bisa didapatkan hanya dari membaca atau melihat foto					
28.	Saya tertarik berkunjung untuk melihat keaslian desain masjid yang mencerminkan budaya dan agama Islam					
29.	Saya termotivasi mengunjungi masjid ini karena untuk belajar tentang arsitektur Islam modern					
30.	Mengunjungi masjid ini adalah salah satu cara saya untuk merefleksikan diri dan meningkatkan keimanan					
31.	Kecepatan dan keramahan petugas sesuai dengan harapan saya					
32.	Fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan saya					
33.	Saya memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta					
34.	Saya berencana akan mengikuti kegiatan yang					

	diselenggarakan oleh pengelola masjid					
35.	Saya akan merekomendasikan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta kepada keluarga dan teman-teman saya sebagai tempat wisata religi yang layak dikunjungi					
36.	Saya percaya bahwa promosi melalui media sosial dapat meningkatkan minat orang lain untuk mengunjungi Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta					

Lampiran 1.2 Tabel Skoring Daya Tarik Wisata (X) dan Minat Kunjung Peziarah (Y)

N O	X .1	X .2	X .3	X .4	X .5	X .6	X .7	X .8	X .9	X .10	X .11	X .12	X .13	X .14	X .15	X .16	X .17	X .18	To tal X	Y .1	Y .2	Y .3	Y .4	Y .5	Y .6	Y .7	Y .8	Y .9	Y .10	Y .11	Y .12	Y .13	Y .14	Y .15	Y .16	Y .17	Y .18	To tal Y	
1	4	5	3	2	3	4	5	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	58	5	4	5	4	3	2	3	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	73	
2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	71	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	61	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	59	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	56	
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	73	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	5	62	
5	4	4	3	4	3	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	70	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	5	74
6	4	5	3	4	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	59	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	3	4	3	5	5	78	
7	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	68	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70	
8	4	3	3	3	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	65	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5	4	3	5	74	
9	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	70	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	5	71	
10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	82	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	85	
11	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	68	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	74	
12	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	73	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	70	
13	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	61	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	5	3	4	5	72	
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	66	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	85	
16	4	4	3	3	4	5	4	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	66	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	2	4	4	68	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
18	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	81	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	82	
19	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	66	4	4	4	4	3	3	2	5	3	3	2	2	3	3	4	2	5	4	60	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	

21	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	73	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	4	3	64
22	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	66
24	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	60	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	64
25	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	5	3	67	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	5	65
26	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	75	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	74
27	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	73
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	
29	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	76	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	75
30	5	4	5	3	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	3	4	76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	75	
31	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	4	68	
32	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	3	80	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	80	
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	78	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
35	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	59	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	2	62
36	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	77	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	67
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	79	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	76
38	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	72	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	62
39	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	77	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	78
40	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	5	74	4	3	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	76
41	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	87

2	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	80	
4																																						
3	1	1	3	3	4	4	4	1	3	3	4	3	1	2	3	3	4	4	51	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	2	4	5	72
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
4																																						
5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	68		
4																																						
6	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	76	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	74	
4																																						
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
4																																						
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	71	
4																																						
9	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	70	
5																																						
0	4	5	4	4	3	4	5	5	2	4	4	2	4	2	4	4	4	68	5	1	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	61	
5																																						
1	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	80	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	81	
5																																						
2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	75	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	73	
5																																						
3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	75	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	74	
5																																						
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
5																																						
5	4	5	3	2	3	4	5	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	56	5	4	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	2	1	3	3	4	4	56	
5																																						
6	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	2	4	63	5	4	3	3	3	3	3	2	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	66	
5																																						
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
5																																						
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
5																																						
9	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	68	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	82	
6																																						
0	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	82	
1																																						
6	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	86	5	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5	70	
2																																						
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		

[illegible]

1	7	1	8	1	9	1	2	0	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	6	1	2	7	1	2	8	1	2	9	1	3	0				
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	79	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	79	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54		
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	76		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
3	4	3	2	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	3	4	4	4	4	56	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	3	2	4	76
5	3	4	3	4	5	4	5	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	69	3	4	3	4	2	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	2	3	5	62	
2	3	4	3	4	4	2	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	58	4	3	2	3	2	3	3	3	5	5	2	2	3	3	3	2	4	4	56	
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	74	4	4	3	4	3	3	3	2	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	67	
5	4	4	5	3	3	5	5	3	3	3	4	3	4	4	5	3	4	70	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	5	74	
4	5	3	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	73	3	4	2	4	3	2	3	2	3	4	4	5	5	3	3	3	4	5	62	
5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	72	
5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3	4	3	4	67	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	66	

[illegible]

14514614714814915015152153154155156157158	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	74	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	69		
4614714814915015152153154155156157158	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	69	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	65	
4714814915015152153154155156157158	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	3	83	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	82	
814915015152153154155156157158	3	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	2	5	2	64	5	4	2	4	3	4	3	5	5	2	3	3	4	4	5	3	5	5	69
915015152153154155156157158	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	65	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	5	65
015152153154155156157158	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	66	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	2	3	4	64
15152153154155156157158	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	73	
2153154155156157158	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	68	2	2	3	4	2	2	2	1	5	5	2	4	4	3	3	1	4	4	53
3154155156157158	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	71	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	71
4155156157158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	71	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	65	
5156157158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
6157158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
7158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
8	4	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	3	4	4	4	71	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	2	4	5	68

159160161162163164165166167168169170171172173174175176177178179180181182183184185186187188189190191192193194195196197198199200	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	78	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	88	
5916016116216316416516616716816917017116	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	67	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	62		
15916016116216316416516616716816917017116	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	86	
5916016116216316416516616716816917017116	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	72	5	4	1	3	5	5	3	4	5	4	2	5	3	4	5	3	4	5	70	
15916016116216316416516616716816917017116	4	4	3	2	4	5	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	63	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69		
5916016116216316416516616716816917017116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	70		
15916016116216316416516616716816917017116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
5916016116216316416516616716816917017116	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	61	4	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	5	57	
15916016116216316416516616716816917017116	4	3	3	4	3	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	65	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	71		
5916016116216316416516616716816917017116	4	5	3	3	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	67	5	5	5	5	4	5	1	2	4	5	4	3	3	4	4	3	5	72		
15916016116216316416516616716816917017116	5	2	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	69	5	3	2	2	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	4	63	
5916016116216316416516616716816917017116	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	64	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	67	
15916016116216316416516616716816917017116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
5916016116216316416516616716816917017116	5	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	2	3	2	3	4	3	3	62	3	4	2	3	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	55

[illegible]

[illegible]

[illegible]

2	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	79	4	3	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	76			
3	2	4	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	60			
4	4	5	3	5	3	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	63	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	54			
5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	70		
6	2	4	5	5	5	1	5	5	5	5	3	5	3	3	3	2	4	2	2	3	66	3	4	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	4	48		
7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72			
8	2	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	65	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	3	4	4	66			
9	2	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	81	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	83	
0	2	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	73	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	63	
1	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68	
2	2	5	4	3	3	4	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	72	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57	
3	2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	69	
4	2	5	4	5	3	3	3	4	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	64	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	66
5	2	5	6	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	78	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	65

2571582592602612623264265266326726826927027127273274275276277278	4	5	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	58	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	65	
82592602612623264265266326726826927027127273274275276277278	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	56	
92602612623264265266326726826927027127273274275276277278	4	4	3	4	5	3	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	62	
2602612623264265266326726826927027127273274275276277278	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	73	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	76	
61266326726826927027127273274275276277278	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	69	3	5	3	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4	69
266326726826927027127273274275276277278	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
326726826927027127273274275276277278	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	68	4	2	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	70	
426726826927027127273274275276277278	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	70	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	76
526826927027127273274275276277278	3	3	4	4	2	2	3	4	1	4	3	4	4	3	3	3	4	4	58	3	3	1	3	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	57	
626927027127273274275276277278	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	75	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4	74	
726927027127273274275276277278	1	5	5	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	73	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	3	75	
826927027127273274275276277278	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	3	3	4	73	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	69	
926927027127273274275276277278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	86	5	2	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	77	
026927027127273274275276277278	5	4	3	2	5	3	5	4	2	4	4	4	5	4	2	3	3	4	66	5	4	5	2	5	2	3	2	4	5	4	5	2	4	4	3	4	4	67	

29300301302303304305306307308309310311312	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	64	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	5	2	5	5	60	
00301302303304305306307308309310311312	0	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	67	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	67	
00301302303304305306307308309310311312	1	3	3	4	3	4	5	4	5	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	67	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	64
00301302303304305306307308309310311312	2	4	5	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	67	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	68
00301302303304305306307308309310311312	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	64	5	4	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	65
00301302303304305306307308309310311312	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	67	5	4	3	5	4	3	5	3	4	4	5	4	5	3	3	3	5	4	72
00301302303304305306307308309310311312	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	70
00301302303304305306307308309310311312	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	74	4	4	4	4	4	2	3	3	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	5	67
00301302303304305306307308309310311312	7	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	75	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	3	4	4	72
00301302303304305306307308309310311312	8	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	64	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	72
00301302303304305306307308309310311312	9	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
00301302303304305306307308309310311312	0	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	69	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	3	5	3	3	4	3	4	3	69	
00301302303304305306307308309310311312	1	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	66	5	5	5	5	2	2	4	2	5	5	2	4	3	4	3	4	4	5	69	
00301302303304305306307308309310311312	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	69	4	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	67

35535635735835936036136236364365366367368	4	2	2	2	4	1	2	2	4	2	5	2	4	1	4	4	4	3	52	2	4	1	4	3	2	3	4	3	5	4	1	5	3	4	4	2	2	56	
5635735835936036136236364365366367368	5	2	1	2	2	1	2	5	2	2	3	3	3	5	4	5	3	2	52	2	4	4	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	5	57	
735835936036136236364365366367368	1	4	4	5	1	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	3	2	3	62	3	5	3	3	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	3	2	71	
835936036136236364365366367368	2	5	3	2	3	1	5	5	2	2	3	4	5	3	3	1	3	3	55	5	4	4	3	1	4	2	4	5	4	2	4	1	4	4	1	4	2	58	
936036136236364365366367368	5	4	3	1	1	3	3	2	5	4	3	5	4	3	1	1	1	3	52	3	5	4	3	2	1	3	2	4	4	4	3	2	2	5	4	2	3	56	
036136236364365366367368	5	3	3	3	3	3	4	2	3	1	2	3	4	3	2	4	5	4	57	3	4	3	4	5	4	5	5	3	3	2	1	3	4	1	4	2	4	60	
136236364365366367368	2	3	1	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	59	1	4	2	3	3	2	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5	3	1	63	
236364365366367368	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	64	3	4	4	3	5	4	2	4	4	4	4	1	2	5	3	1	4	2	4	59
3364365366367368	3	4	3	4	1	3	3	2	3	3	1	4	2	4	5	4	4	4	57	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	66	
4365366367368	5	3	2	3	4	3	3	5	2	3	4	5	4	3	3	4	3	2	61	3	2	4	5	3	4	4	3	1	3	2	4	4	1	4	3	1	2	53	
5366367368	4	3	1	1	3	3	4	2	3	4	3	4	1	4	4	2	1	4	51	4	5	4	1	4	3	4	3	5	5	5	3	2	3	1	3	5	4	64	
6367368	5	2	5	4	2	2	2	4	2	3	4	4	3	5	4	3	4	3	61	4	4	3	5	3	4	1	3	3	3	3	4	4	5	3	2	5	4	4	64
7368	4	4	4	3	2	4	3	5	1	3	5	1	1	4	2	3	4	1	54	1	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	1	5	2	5	4	2	5	57	
8	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	1	1	2	1	3	3	3	4	48	2	2	1	4	1	1	1	2	2	1	2	3	1	3	4	4	4	5	43	

3																																							
9																																							
7	4	3	1	3	1	3	4	1	4	5	3	5	5	4	4	4	3	3	60	3	5	3	4	2	1	5	3	1	4	5	3	2	3	5	5	3	3	60	
3																																							
9																																							
8	5	5	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	3	5	3	4	4	73	3	3	5	5	3	2	4	5	2	3	2	5	4	4	4	3	3	3	63	
3																																							
9																																							
9	3	3	5	4	3	5	1	4	5	3	4	5	1	1	3	4	4	1	59	3	4	2	5	4	4	3	3	3	1	4	5	4	5	4	4	3	4	65	
4																																							
0	4	4	3	2	5	3	5	3	4	5	1	3	4	1	2	1	1	3	54	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	2	3	5	74

Lampiran 1.3 Uji Validitas Instrumen Variabel X

		Correlations													
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14
X.1	Pearson Correlation	1	.385**	.315**	.203**	.240**	.338**	.382**	.354**	.266**	.290**	.271**	.227**	.244**	.212**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.2	Pearson Correlation	.385**	1	.411**	.207**	.370**	.353**	.489**	.403**	.268**	.251**	.312**	.200**	.203**	.225**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.3	Pearson Correlation	.315**	.411**	1	.455**	.313**	.365**	.266**	.457**	.381**	.281**	.380**	.276**	.267**	.309**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.4	Pearson Correlation	.203**	.207**	.455**	1	.303**	.275**	.214**	.398**	.369**	.245**	.420**	.304**	.238**	.343**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.5	Pearson Correlation	.240**	.370**	.313**	.303**	1	.421**	.410**	.413**	.343**	.274**	.325**	.232**	.222**	.261**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.6	Pearson Correlation	.338**	.353**	.365**	.275**	.421**	1	.383**	.480**	.338**	.240**	.301**	.193**	.221**	.257**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.7	Pearson Correlation	.382**	.489**	.266**	.214**	.410**	.383**	1	.441**	.346**	.352**	.378**	.266**	.329**	.234**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.8	Pearson Correlation	.354**	.403**	.457**	.398**	.413**	.480**	.441**	1	.317**	.284**	.429**	.259**	.300**	.341**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.9	Pearson Correlation	.266**	.268**	.381**	.369**	.343**	.338**	.346**	.317**	1	.304**	.361**	.425**	.393**	.356**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.10	Pearson Correlation	.290**	.251**	.281**	.245**	.274**	.240**	.352**	.284**	.304**	1	.219**	.265**	.291**	.222**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.11	Pearson Correlation	.271**	.312**	.380**	.420**	.325**	.301**	.378**	.429**	.361**	.219**	1	.423**	.286**	.341**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.12	Pearson Correlation	.227**	.200**	.276**	.304**	.232**	.193**	.266**	.259**	.425**	.265**	.423**	1	.376**	.439**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.13	Pearson Correlation	.244**	.203**	.267**	.238**	.222**	.221**	.329**	.300**	.393**	.291**	.286**	.376**	1	.353**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.14	Pearson Correlation	.212**	.225**	.309**	.343**	.261**	.257**	.234**	.341**	.356**	.222**	.341**	.439**	.353**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.15	Pearson Correlation	.180**	.250**	.370**	.354**	.320**	.353**	.307**	.405**	.422**	.361**	.348**	.280**	.317**	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

X.16	Pearson Correlation	.271**	.301**	.360**	.437**	.311**	.391**	.249**	.397**	.287**	.214**	.422**	.213**	.224**	.453**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.17	Pearson Correlation	.237**	.313**	.412**	.499**	.345**	.366**	.288**	.451**	.318**	.255**	.451**	.263**	.312**	.354**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X.18	Pearson Correlation	.220**	.332**	.297**	.254**	.335**	.317**	.388**	.267**	.309**	.398**	.353**	.335**	.310**	.350**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
TotalX	Pearson Correlation	.518**	.577**	.634**	.604**	.593**	.607**	.621**	.682**	.625**	.524**	.652**	.548**	.539**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

Correlations

		X.15	X.16	X.17	X.18	TotalX
X.1	Pearson Correlation	.180**	.271**	.237**	.220**	.518**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.2	Pearson Correlation	.250**	.301**	.313**	.332**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.3	Pearson Correlation	.370**	.360**	.412**	.297**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.4	Pearson Correlation	.354**	.437**	.499**	.254**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.5	Pearson Correlation	.320**	.311**	.345**	.335**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.6	Pearson Correlation	.353**	.391**	.366**	.317**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.7	Pearson Correlation	.307**	.249**	.288**	.388**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.8	Pearson Correlation	.405**	.397**	.451**	.267**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.9	Pearson Correlation	.422**	.287**	.318**	.309**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.10	Pearson Correlation	.361**	.214**	.255**	.398**	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.11	Pearson Correlation	.348**	.422**	.451**	.353**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.12	Pearson Correlation	.280**	.213**	.263**	.335**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.13	Pearson Correlation	.317**	.224**	.312**	.310**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.14	Pearson Correlation	.406**	.453**	.354**	.350**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.15	Pearson Correlation	1	.437**	.425**	.455**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000

	N	400	400	400	400	400
X.16	Pearson Correlation	.437**	1	.512**	.370**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.17	Pearson Correlation	.425**	.512**	1	.395**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X.18	Pearson Correlation	.455**	.370**	.395**	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
TotalX	Pearson Correlation	.640**	.632**	.664**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400

Y.12	Pearson Correlation	.378**	.305**	.366**	.317**	.363**	.328**	.238**	.207**	.400**	.363**	.394**	1	.366**	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.13	Pearson Correlation	.175**	.238**	.319**	.288**	.455**	.471**	.366**	.371**	.282**	.265**	.381**	.366**	1	.452**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.14	Pearson Correlation	.303**	.285**	.332**	.410**	.434**	.282**	.328**	.346**	.296**	.293**	.357**	.381**	.452**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.15	Pearson Correlation	.318**	.254**	.349**	.414**	.360**	.310**	.322**	.279**	.387**	.357**	.365**	.336**	.321**	.364**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.16	Pearson Correlation	.181**	.271**	.303**	.250**	.439**	.301**	.345**	.397**	.229**	.271**	.440**	.373**	.421**	.424**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.17	Pearson Correlation	.458**	.379**	.308**	.312**	.358**	.351**	.319**	.335**	.427**	.432**	.377**	.404**	.310**	.317**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.18	Pearson Correlation	.357**	.348**	.335**	.367**	.304**	.187**	.143**	.150**	.448**	.322**	.282**	.320**	.219**	.318**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Total Y	Pearson Correlation	.579**	.596**	.641**	.628**	.711**	.644**	.591**	.619**	.643**	.642**	.615**	.612**	.605**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		Correlations				
		Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Total Y
Y.1	Pearson Correlation	.318**	.181**	.458**	.357**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.2	Pearson Correlation	.254**	.271**	.379**	.348**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.3	Pearson Correlation	.349**	.303**	.308**	.335**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.4	Pearson Correlation	.414**	.250**	.312**	.367**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.5	Pearson Correlation	.360**	.439**	.358**	.304**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.6	Pearson Correlation	.310**	.301**	.351**	.187**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.7	Pearson Correlation	.322**	.345**	.319**	.143**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.8	Pearson Correlation	.279**	.397**	.335**	.150**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.9	Pearson Correlation	.387**	.229**	.427**	.448**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.10	Pearson Correlation	.357**	.271**	.432**	.322**	.642**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.11	Pearson Correlation	.365**	.440**	.377**	.282**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.12	Pearson Correlation	.336**	.373**	.404**	.320**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.13	Pearson Correlation	.321**	.421**	.310**	.219**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.14	Pearson Correlation	.364**	.424**	.317**	.318**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.15	Pearson Correlation	1	.242**	.371**	.317**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.16	Pearson Correlation	.242**	1	.297**	.200**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.17	Pearson Correlation	.371**	.297**	1	.438**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
Y.18	Pearson Correlation	.317**	.200**	.438**	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
TotalY	Pearson Correlation	.599**	.577**	.643**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400

Lampiran 1.5 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	18

Lampiran 1.6 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	18

Lampiran 1.7 Uji Normalitas Data

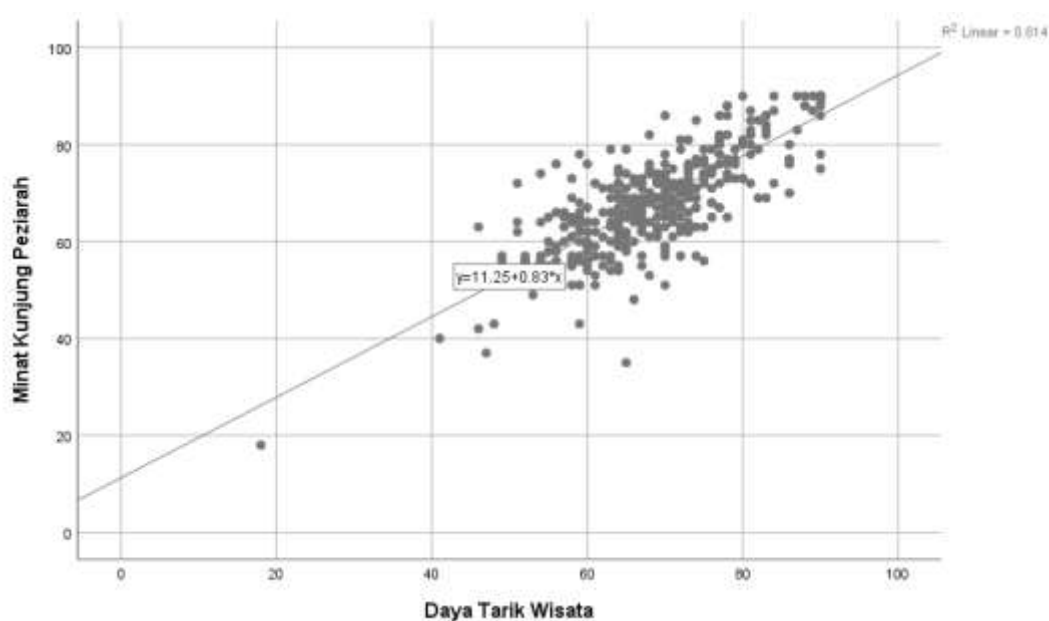
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	6.415
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.044
	Negative	-.052

Test Statistic	.052
Asymp. Sig. (2-tailed)	.010 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 1.8 Uji Linieritas



Lampiran 1.9 Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.428	1.479		5.021	.000
	Daya Tarik Wisata	-.037	.021	-.087	-1.742	.082

a. Dependent Variable: ABRESID

Lampiran 1.10 Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.250	2.289		4.914	.000
	Daya Tarik Wisata	.831	.033	.783	25.143	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Pezarah

Lampiran 1.11 Uji T (Parsial)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	11.250	2.289		4.914	.000			
	Daya Tarik Wisata	.831	.033	.783	25.143	.000	.783	.783	.783

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Peziarah

Lampiran 1.12 Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.613	6.423

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata

Lampiran 1.13 Output SPSS Distribusi Jawaban Responden

Statistics								
N		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
		Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.11	4.13	3.81	3.56	3.86	3.98	4.10
Std. Error of Mean		.044	.045	.042	.047	.045	.045	.047
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.887	.891	.842	.945	.898	.901	.937
Variance		.787	.793	.709	.894	.806	.812	.877
Range		4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		1645	1651	1522	1423	1545	1592	1640

Statistics								
N		X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14
		Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.00	3.69	3.77	3.73	3.67	3.77	3.56
Std. Error of Mean		.045	.045	.043	.049	.043	.044	.047
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.893	.893	.860	.989	.856	.871	.946
Variance		.797	.798	.739	.978	.732	.759	.894
Range		4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		1600	1474	1508	1493	1469	1508	1422

Statistics					
N		X.15	X.16	X.17	X.18
		Valid	400	400	400
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.76	3.68	3.72	3.70
Std. Error of Mean		.043	.045	.045	.042

Daya Tarik Wisata

Median	4.00	4.00	4.00	4.00	69.00
Mode	4	4	4	4	72
Std. Deviation	.861	.892	.903	.840	9.730
Variance	.741	.795	.815	.706	94.674
Range	4	4	4	4	72
Minimum	1	1	1	1	18
Maximum	5	5	5	5	90
Sum	1503	1471	1487	1481	27434

		Statistics						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.03	3.95	3.79	3.96	3.66	3.51	3.64
Std. Error of Mean		.045	.048	.052	.044	.047	.051	.048
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.906	.960	1.032	.885	.942	1.016	.968
Variance		.821	.922	1.065	.783	.887	1.032	.938
Range		4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		1612	1579	1515	1583	1463	1404	1456

		Statistics						
		Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13	Y.14
N	Valid	400	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.52	3.95	4.03	3.81	3.89	3.57	3.72
Std. Error of Mean		.049	.046	.043	.048	.044	.046	.043
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.976	.915	.867	.951	.888	.921	.853
Variance		.952	.837	.751	.904	.788	.848	.727
Range		4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		1409	1579	1612	1522	1557	1426	1489

		Statistics				Minat Kunjung Peziarah
		Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	
N	Valid	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.83	3.41	3.86	4.13	68.24
Std. Error of Mean		.047	.048	.043	.045	.516
Median		4.00	3.00	4.00	4.00	69.00
Mode		4	3	4	4	72
Std. Deviation		.931	.951	.867	.904	10.321
Variance		.867	.904	.752	.816	106.524
Range		4	4	4	4	72
Minimum		1	1	1	1	18
Maximum		5	5	5	5	90
Sum		1533	1363	1544	1650	27296

Lampiran 1.14 Transkrip Wawancara Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

TRANSKRIP

Responden : Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta

Identitas Responden

Nama : Abd. Halim, S.Th.I, M.Hum.

Jabatan : Bendahara masjid

DAFTAR PERTANYAAN:

1. Kapan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta berdiri?

Jawaban: Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta mulai dibangun pada tahun 2021 dan diresmikan pada tanggal 14 November 2022. Peresmiannya dilakukan langsung oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, bersama Presiden Uni Emirat Arab, Mohammed bin Zayed Al Nahyan.

2. Apa yang melatarbelakangi pembangunan Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Pembangunan masjid ini dilatarbelakangi oleh hubungan diplomatik yang erat antara Indonesia dan Uni Emirat Arab. Masjid ini merupakan simbol persahabatan kedua negara, sekaligus bentuk penghormatan dari pemerintah UEA kepada Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia.

3. Apakah yang melatarbelakangi dipilihnya Syeikh Zayed sebagai nama dari Masjid Raya Surakarta ini?

Jawaban: Nama Syeikh Zayed dipilih sebagai penghormatan terhadap pendiri Uni Emirat Arab, Syeikh Zayed bin Sultan Al Nahyan. Beliau dikenal sebagai sosok pemimpin yang visioner dan sangat peduli terhadap pengembangan nilai-nilai keislaman dan perdamaian. Penamaan ini juga merupakan bentuk warisan spiritual dan simbol kedekatan budaya antara UEA dan Indonesia.

4. Bagaimana sejarah berdirinya Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Pembangunan masjid ini merupakan hasil kerja sama antara pemerintah Indonesia dan Uni Emirat Arab. Proyek ini digagas setelah

kunjungan kenegaraan Presiden Joko Widodo ke UEA pada tahun 2020. Dalam kunjungan tersebut, disepakati pembangunan masjid yang merupakan replika dari Masjid Syeikh Zayed Grand Mosque di Abu Dhabi. Proses konstruksi dimulai tahun 2021 dan selesai dalam waktu kurang dari dua tahun.

5. Siapa saja tokoh yang berperan dalam proses berdirinya Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Beberapa tokoh penting yang berperan dalam proses berdirinya masjid ini antara lain Presiden Joko Widodo, yang menjalin kerja sama bilateral dengan UEA, serta Presiden UEA Mohammed bin Zayed Al Nahyan, yang menjadi pihak penyumbang dan pendukung utama pembangunan masjid. Selain itu, Menteri Agama RI, Gubernur Jawa Tengah, dan Wali Kota Surakarta juga turut serta dalam koordinasi dan pelaksanaan proyek pembangunan ini.

6. Apakah Badan Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta ini telah ada sejak awal berdirinya Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Ya, Badan Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta sudah dibentuk sejak awal peresmian masjid ini. Tujuannya adalah untuk memastikan operasional, perawatan, serta pengelolaan kegiatan keagamaan dan sosial dapat berjalan secara terstruktur dan profesional.

7. Sejak adanya kepengurusan Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta hingga saat ini sudah berapa kali terjadi pergantian struktur kepengurusan Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Sejak dibentuknya hingga saat ini, struktur kepengurusan Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta telah mengalami satu kali penyegaran atau pergantian kepengurusan. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan pengelolaan masjid yang semakin berkembang.

8. Apa latar belakang berdirinya Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Latar belakang pendirian badan pengelola ini adalah untuk memastikan bahwa masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga pusat kegiatan dakwah, sosial, dan pendidikan Islam. Dengan adanya badan pengelola, masjid dapat dijalankan secara lebih profesional dan terorganisir,

serta mampu menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, baik pemerintah maupun masyarakat.

9. Berapa jumlah staff Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta saat ini?

Jawaban: Saat ini, Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta memiliki sekitar 40–50 staf, yang terdiri dari petugas kebersihan, keamanan, administrasi, pengelola kegiatan keagamaan, serta tim teknis dan multimedia.

10. Bagaimana struktur kepengurusan pada Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta saat ini?

Jawaban: Struktur kepengurusan Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terdiri dari beberapa bagian inti, antara lain ketua badan pengelola, sekretaris dan bendahara, divisi keagamaan dan dakwah, divisi humas dan kemitraan, divisi operasional dan fasilitas, divisi kebersihan dan keamanan, divisi IT dan dokumentasi. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk memastikan semua kegiatan di masjid berjalan lancar dan sesuai dengan visi keislaman yang moderat dan terbuka.

11. Sudah berapa lama Bapak menjadi pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

jawaban: saya telah menjadi bagian dari pengelola masjid raya syeikh zayed surakarta sejak awal operasional masjid, tepatnya sejak masjid ini diresmikan pada november 2022. jadi hingga saat ini, saya sudah menjalani peran ini selama kurang lebih satu setengah tahun.

12. Apa saja tugas yang Bapak lakukan sebagai pengelola masjid?

Jawaban: Sebagai pengelola, tugas saya mencakup pengawasan terhadap operasional harian masjid, koordinasi dengan berbagai divisi seperti kebersihan, keamanan, dan kegiatan keagamaan, serta memastikan semua program berjalan sesuai dengan visi dan misi masjid. Selain itu, saya juga terlibat dalam perencanaan kegiatan dakwah, edukasi, serta pelayanan terhadap jamaah dan pengunjung.

13. Kira-kira berapa banyak peziarah yang datang setiap harinya?

Jawaban: Setiap harinya, Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta menerima kunjungan sekitar 3.000 hingga 5.000 peziarah. Pada akhir pekan atau hari libur nasional, jumlah ini bisa meningkat hingga 10.000 orang. Mereka datang tidak hanya untuk beribadah, tetapi juga untuk wisata religi dan mengenal arsitektur serta nilai-nilai keislaman yang diusung masjid ini.

14. Sudah berapa lama masjid ini dijadikan sebagai objek wisata religi?

Jawaban: Masjid ini telah menjadi objek wisata religi sejak pertama kali diresmikan dan dibuka untuk umum, yaitu pada November 2022. Sejak saat itu, antusiasme masyarakat sangat tinggi untuk mengunjungi masjid ini karena keindahan arsitektur dan makna spiritual yang dibawanya.

15. Apa saja fasilitas yang tersedia di masjid?

Jawaban: Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dilengkapi dengan berbagai fasilitas, antara lain ruang sholat utama yang luas dan nyaman, tempat wudhu dan toilet yang bersih dan modern, area parkir yang luas, ruang pertemuan dan aula, perpustakaan Islam, taman dan area istirahat, akses untuk difabel, pusat informasi untuk pengunjung.

16. Bagaimana sejarah program Bustanul Quran?

Jawaban: Program Bustanul Quran di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta adalah sebuah inisiatif untuk menghadirkan nuansa Al-Qur'an secara visual dan edukatif melalui penanaman berbagai jenis tanaman yang disebut dalam Al-Qur'an. Program ini mulai digagas tidak lama setelah masjid diresmikan, sebagai bagian dari pengembangan fungsi masjid bukan hanya sebagai tempat ibadah, tapi juga sebagai pusat edukasi, dakwah, dan refleksi spiritual. Tanaman-tanaman ini ditata secara khusus di taman masjid, dengan papan nama dan keterangan yang menjelaskan nama tanaman, ayat Al-Qur'an yang menyebutnya, serta manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Taman ini menjadi sarana pembelajaran interaktif bagi pengunjung, terutama anak-anak dan pelajar, untuk mengenal lebih dalam isi Al-Qur'an melalui pendekatan alam. Program Bustanul Quran di Masjid Raya Sheikh Zayed Solo merupakan inisiatif yang menggabungkan nilai-nilai spiritual, lingkungan, dan edukasi. Diluncurkan pada 22 Desember 2023, program ini bertujuan untuk

menanamkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan melalui penanaman tanaman yang disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti zaitun dan tin. Selain itu, program ini juga mencakup pengelolaan sampah hijau, yang menunjukkan komitmen masjid terhadap keberlanjutan lingkungan.

17. Apa khasiat dari Bustanul Quran?

Jawaban: Khasiat atau manfaat dari program Bustanul Quran meliputi:

Edukasi lingkungan dan keagamaan, tanaman yang ditanam di Bustanul Quran tidak hanya memiliki nilai ekologis tetapi juga nilai spiritual. Pengunjung dapat belajar tentang tanaman-tanaman yang disebutkan dalam Al-Qur'an, seperti zaitun dan tin, serta manfaatnya baik dari segi agama maupun lingkungan. Program ini juga berfungsi sebagai sarana edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan hidup. Dan pemberdayaan masyarakat, melalui kolaborasi dengan Bank Negara Indonesia (BNI), program ini tidak hanya fokus pada aspek lingkungan tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat. Kegiatan seperti penanaman pohon dan pengelolaan sampah hijau melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat sekitar, yang dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan mereka dalam menjaga lingkungan.

18. Apakah setiap peziarah wajib memakan buah dari program Bustanul Quran tersebut?

Jawaban: Tidak ada kewajiban bagi peziarah atau pengunjung Masjid Raya Sheikh Zayed Solo untuk memakan buah dari program tersebut.

Lampiran 1.15 Transkrip Wawancara Pengelola Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

TRANSKRIP WAWANCARA

Responden : Pengelola Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

Identitas Responden

Nama : Hj. Sekhah Wal'afiah

Jabatan : Bidang Peribadatan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta

DAFTAR PERTANYAAN:

1. Kegiatan apa saja yang dilaksanakan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta ini sehubungan dengan perannya sebagai wadah penyelenggaraan pendidikan Islam di Surakarta?

Jawaban: Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta menyelenggarakan berbagai kegiatan pendidikan Islam, antara lain:

Kajian Kitab: Dilaksanakan setiap hari pukul 10.30 WIB hingga menjelang salat Zuhur di Ruang Salat Utama.

uliah Subuh: Setiap hari setelah salat Subuh di Ruang Salat Utama.

Sima'an Al-Qur'an: Setiap Senin pukul 13.00 WIB di Mezanin (Ruang Salat Utama Putri Lantai 2).

Kajian Perempuan: Setiap Rabu pukul 13.00 WIB di Ruang Salat Utama Putri, diisi oleh Nyai Hj. Sekhah Wal'afiah.

Tadarus Al-Qur'an: Setiap hari selama bulan Ramadhan setelah salat Tarawih pukul 21.30–22.30 WIB.

Kultum Salat Tarawih: Setiap hari setelah salat Isya atau Tarawih di Ruang Salat Utama.

Iftar dan Festival Ramadhan: Setiap hari selama bulan Ramadhan, menyediakan 7.000 porsi hidangan buka puasa dan takjil, serta dimeriahkan dengan festival Ramadhan di halaman masjid.

2. Apakah segala bentuk kegiatan pendidikan yang dilaksanakan di Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta ini dikelola dan dilaksanakan sepenuhnya oleh Badan Pengelola Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta?

Jawaban: Ya, seluruh kegiatan pendidikan Islam di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dikelola dan dilaksanakan sepenuhnya oleh Badan Pengelola Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta.

3. Bagaimana peran Masjid Raya Syeikh Zayed dalam pendidikan Islam di Surakarta?

Jawaban: Masjid Raya Syeikh Zayed berperan sebagai pusat pendidikan Islam yang menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan dan pendidikan, seperti kajian kitab, kuliah subuh, sima'an Al-Qur'an, kajian perempuan, dan tadarus Al-Qur'an. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya ditujukan untuk jamaah masjid, tetapi juga terbuka untuk masyarakat umum, sehingga memperkuat peran masjid sebagai pusat pembelajaran dan dakwah Islam di Surakarta.

4. Sejak kapan berdirinya program kajian kitab di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Program kajian kitab di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta telah dilaksanakan sejak masjid ini diresmikan pada tahun 2021. Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen masjid untuk menjadi pusat pendidikan Islam yang inklusif dan berkelanjutan.

5. Bagaimana jadwal kajian kitab di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta ini?

Jawaban: Kajian kitab di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta dilaksanakan setiap hari pada pukul 10.30 WIB hingga menjelang salat Zuhur. Pengisi kajian kitab berasal dari berbagai ulama dan cendekiawan Islam, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, yang diundang oleh pengelola masjid untuk memberikan pencerahan dan pemahaman kepada jamaah

6. Apakah kajian kitab tersebut diperuntukkan untuk umum?

Jawaban: Ya, kajian kitab di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta terbuka untuk umum. Siapa pun yang ingin menambah ilmu dan pemahaman tentang Islam dapat mengikuti kajian ini tanpa dipungut biaya.

7. Sejak kapan berdirinya program ta'lim Al Qur'an di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta?

Jawaban: Program ta'lim Al-Qur'an di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta telah dilaksanakan sejak masjid ini diresmikan pada tahun 2021. Kegiatan ini

merupakan bagian dari upaya masjid untuk meningkatkan pemahaman dan kecintaan masyarakat terhadap Al-Qur'an.

8. Apakah ada batasan untuk usia santri yang ingin mengikuti kegiatan ta'lim Al Qur'an ini?

Jawaban: Tidak ada batasan usia untuk mengikuti kegiatan ta'lim Al-Qur'an di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta. Program ini terbuka untuk semua kalangan, baik anak-anak, remaja, maupun dewasa, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kecintaan terhadap Al-Qur'an.

9. Apakah pengisi kajian kitab dan pengisi kegiatan ta'lim Al Quran di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta ini bersifat tetap?

Jawaban: Ya, pengisi kajian kitab dan kegiatan ta'lim Al-Qur'an di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta bersifat tetap. Kajian kitab diisi oleh para ulama dan cendekiawan Islam yang telah berpengalaman, sedangkan kegiatan ta'lim Al-Qur'an diampu oleh pengurus masjid dan jamaah yang memiliki kemampuan dalam membaca dan memahami Al-Qur'an.

10. Bagaimana respon atau tanggapan masyarakat sekitar khususnya masyarakat Surakarta terhadap berbagai kegiatan pendidikan Islam yang dilaksanakan di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta ini?

Jawaban: Respon masyarakat terhadap kegiatan pendidikan Islam di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta sangat positif. Masyarakat merasa terbantu dalam meningkatkan pemahaman agama dan memperdalam ilmu Al-Qur'an melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Selain itu, masjid ini juga menjadi pusat kegiatan sosial dan budaya yang mempererat tali silaturahmi antar umat Islam di Surakarta.

Lampiran 1.16 Bukti Penelitian di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta



**BADAN PENGELOLA
MASJID RAYA SHEIKH ZAYED SOLO**
Jalan Ahmad Yani Nomor 121 Gilingan, Banjarsari, Surakarta
Kode Pos 57136 Telp. 08112902666
Email: masjidrayasheikhzayed@gmail.com

Nomor : 1027.B/SB/BPMRSZS/XI/2024
Hal : Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian
Lampiran : -

Surakarta, 07 November 2024 M
05 Jumadil Awal 1446 H

Kepada Yth.
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang**

di Semarang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi-UIN Walisongo Semarang, nomor: 457/Un.10.4/K/KM.05.01/11/2024 perihal Permohonan Izin Penelitian untuk Skripsi dengan judul penelitian **Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi terhadap Minat Kunjung Peziarah di Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta**, atas:

Nama	NIM	Program Studi	Fakultas
Latifah Alkhoiriyah	2101036027	Manajemen Dakwah	Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pengurus Masjid Raya Sheikh Zayed Solo (MRSZS) menerima permohonan izin tersebut. Berkaitan dengan teknis dan pengumpulan data dapat menghubungi nomor melalui nomor: 0811-2902-666 (Office)

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wallahul muwaffiq ila aqwamit tharieq
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



a.n. Direktur
Kepala Tata Usaha
Masjid Raya Sheikh Zayed Solo

Surya Kusuma Raharjo, S.H.

Lampiran 1.17 Dokumentasi wawancara bersama Pengurus Masjid Raya Syeikh Zayed Surakarta



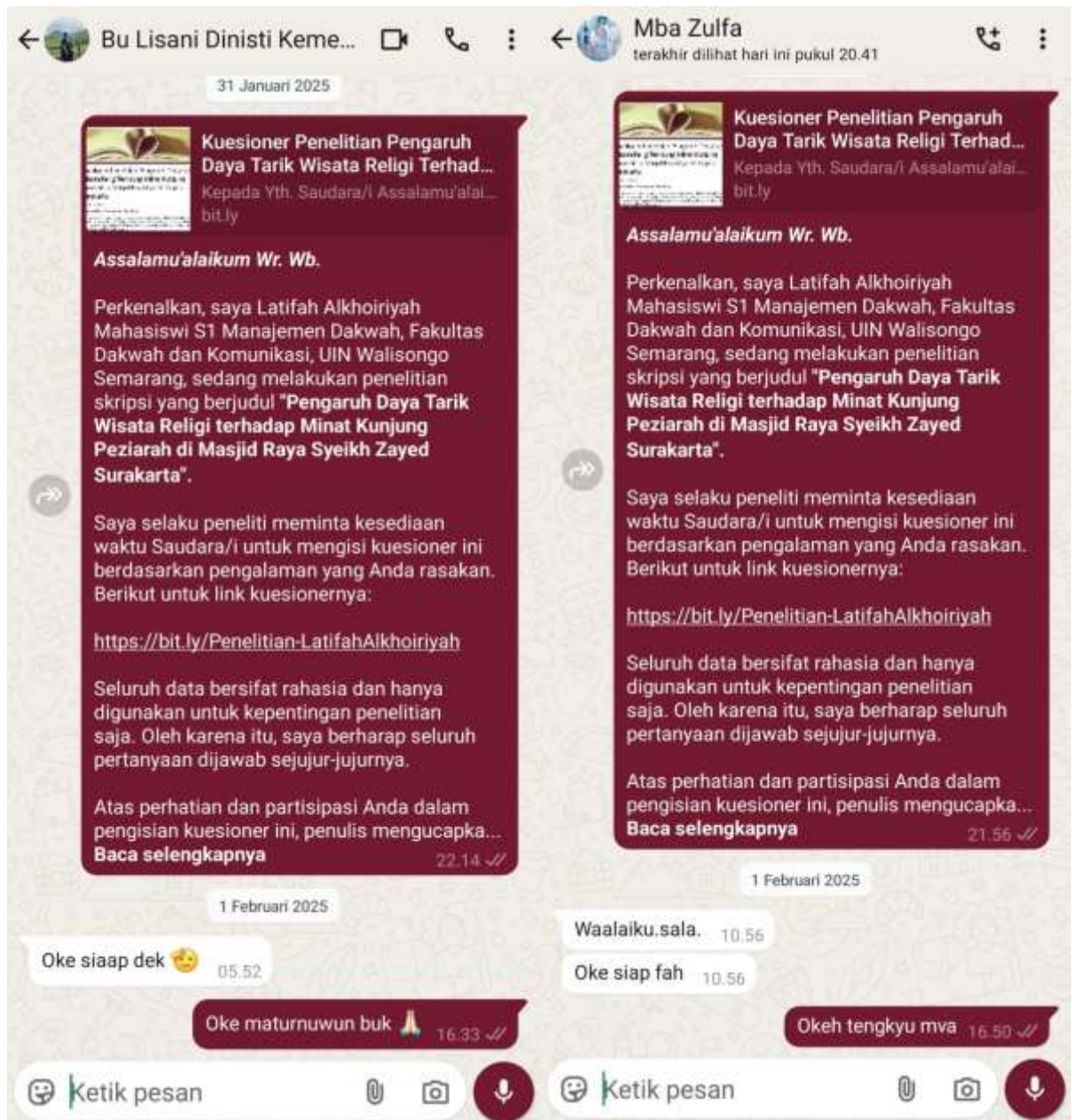
Lampiran 1.18 Dokumentasi Wawancara bersama Pengelola Masjid Raya Syekh Zayed Surakarta



Lampiran 1.19 Beberapa Dokumentasi Penyebaran Kuesioner









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Latifah Alkhoiriyah
Tempat Tanggal Lahir : Kendal, 31 Januari 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Alamat : Desa Jenarsari RT 003/ RW 001,
Kecamatan Gemuh, Kabupaten Kendal
Golongan Darah : B+
Nomor HP : 083804483069
Gmail : latifahalkhoiriyah25@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal:

1. TK Mekar Sari Lulus Tahun 2009
2. SD Negeri Jenarsari Lulus Tahun 2015
3. MTs Negeri 02 Kendal Lulus Tahun 2018
4. MA Negeri Kendal Lulus Tahun 2021

Pendidikan Non Formal:

1. TPQ NU 06 Tarbiyatussibyan Lulus Tahun 2012
2. Madrasah Diniyah NU 10 Tarbiyatussibyan Lulus Tahun 2018
3. Pondok Pesantren Daarun Najaah Jerakah Tugu Semarang