

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**PERSEPSI PENERAPAN WISATA HALAL DANAU
TOBA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



Nama : Simon Very Tamba
NPM : 169110101
Kosentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Simon Very Tamba
Npm : 169110101
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Jum'at, 15 Juli 2022
Judul Skripsi : Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 15 juli 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Fatmawati,S,IP,MM)

Pembimbing

(Yudi Daherman,M.I.Kom)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI


PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Simon Very Tamba
NPM : 169110101
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Jum'at, 15 Juli 2022
Judul Skripsi : Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru


Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji Ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 15 Juli 2022
An. Tim Penguji;

Ketua,


Yudi Daherman, M.I.Kom
Mengetahui,
Wakil Dekan I

Penguji,


Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom
Penguji


Cutra Aslinda, M.I.Kom


Dyah Pithaloka, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : /UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal **08 Juli 2022** maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Jum'at Tanggal 15 Juli 2022 Jam : 13.30-14.30. WIB** bertempat diruang **Aula** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas:

Nama : **Simon Very Tamba**
NPM : 169110101
Bidang Konsentrasi : **Humas**
Jenjang Pendidikan : **Strata Satu (S.1)**
Judul Skripsi : **Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru**
Nilai Ujian : **Angka : "66,66", Huruf : "B-"**
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus / Tidak Lulus / Ditunda**
Tim Penguji

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Yudi Daherman, M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Dyah Pithaloka, M.Si	Penguji	3. 

Pekanbaru, 15 Juli 2022
Dekan



Dr. Muhd. AR. Inam Riau, M.I. Kom
NPK:150802514

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat
Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru

Yang diajukan oleh :

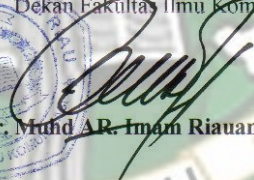
Simon Very Tamba
169110101

Pada tanggal :

15 Juli 2022

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Mund AR. Imam Riau, M.I.Kom

Dewan Penguji,

Ketua

Yudi Daherman, M.I.Kom

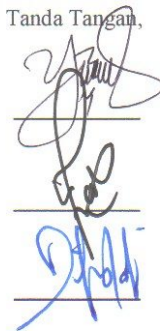
Penguji

Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Penguji

Dyah Pithaloka, M. Si

Tanda Tangan,



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Simon Very Tamba
Tempat/Tanggal Lahir : Seikijang, 18 Juni 1997
Npm : 169110101
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidik : Strata (S-1)
Alamat/No Telp/Hp : Jl. Karya 1. Gg Kinali
Judul Penelitian : Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasi karya tulis saya skripsi di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (poin-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai dan skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 27 Mei 2022

Yang Menyatakan,



Simon Very Tamba

PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan skripsi ini untuk

Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, pengorbanan, kesabaran & doa yang tak terputus hingga detik ini”

“Adik-adikku tersayang yang selalu mendukung”

“Almamater Tercinta”



MOTTO

“Hidup hanya bisa dimengerti dengan melihat ke belakang, tetapi ia terus berlanjut ke depan.”



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PERSEPSI PENERAPAN WISATA HALAL DANAU TOBA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KOTA PEKANBARU.**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak sehingga sepatutnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan Terima kasih yang Sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yakni kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr.Fatmawati, S, IP,.MM.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Yudi Daherman, M.I.Kom yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang Memberikan kuliah pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang Telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis Selama Perkuliahan.

5. Seluruh Staf, Karyawan/I Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
6. Kepada Kedua Orang Tua Penulis, Jonther Tamba Dan Lidia Situmorang untuk semua yang telah diberikan kepada penulis cinta kasih sayang dan selalu memberikan Doa Restu dan Harapan Besar kepada penulis sehingga dapat menjadi anak yang berguna bagi keluarga, masyarakat dan agama.
7. Kepada Teman-teman Penulis, di Universitas Islam Riau maupun di Fakultas ilmu komunikasi Angkatan 2016 yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan bahan-bahan dan pola pikirnya demi baiknya skripsi ini.

Serta semua pihak yang ikut bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga bimbingan, bantuan dan semangat yang telah diberikan mendapat balasan berupa pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis Sangat menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi penelitian ini baik isi maupun pembahasannya masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Pekanbaru, 27 Mei 2022

Penulis,

Simon Very Tamba
NPM : 169110101

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan.....	i
Halaman Motto.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
C. Pembatasan Masalah Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kerangka Teori.....	8
1. Komunikasi.....	8
2. Persepsi.....	10

3. Pariwisata Halal.....	16
4. Minat Berkunjung Wisatawan.....	19
5. Pariwisata	22
B. Kerangka Operasional	29
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30
D. Kerangka Pemikiran.....	34
E. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	42
1. Analisis Regresi Sederhana.....	44
2. Uji Hipotesis.....	45
3. Uji Regresi Parsial (Uji t).....	45
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian.....	47
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
2. Karakteristik Responden	50
3. Uji Instrumen Penelitian.....	55
b. Uji Reliabilitas.....	56
4. Analisis Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba	57
5. Analisis Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru ...	63
6. Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru.....	67
B. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	74

A. Kesimpulan..... 74
B. Saran..... 74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Luar Negeri	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30
Tabel 3.1	Kriteria Interpretasi Skor.....	43
Tabel 4.1	Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Pekanbaru, 2020	48
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Pekanbaru 2020.....	49
Tabel 4. 3	Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	50
Tabel 4. 4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4. 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Item Variabel Persepsi Wisata Halal (X).....	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Item Variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y)	56
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator <i>Access</i>	57
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator <i>Communication</i>	59
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator <i>Environment</i>	60
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator <i>Services</i>	61
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Transaksional	63
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat referensial.....	64
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Preferensial....	65
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Eksploratif.....	66
Tabel 4.20	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
Tabel 4.21	Analisis Uji t	69
Tabel 4.22	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Tabel 4.23	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal	71
Tabel 4.24	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 34



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

PERSEPSI PENERAPAN WISATA HALAL DANAU TOBA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KOTA PEKANBARU

Simon Very Tamba
169110101

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru. Berdasarkan survei yang dilakukan, Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat minat yang tinggi terhadap minat berkunjung ke objek wisata Danau Toba oleh wisatawan Kota Pekanbaru. Namun minat tersebut pupus karena persepsi ditengah masyarakat akan sulitnya akomodasi halal dalam pariwisata tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan yang langsung terjun untuk meneliti ke lokasi penelitian. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni mempelajari hubungan dua variabel atau lebih serta menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa terdapat pengaruh dan signifikan Persepsi Penerapan Wisata Halal memiliki terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Apabila variabel Penerapan Wisata Halal ditingkatkan maka akan terjadi peningkatan pada Kunjungan Wisatawan.

Kata Kunci : Penerapan Wisata Halal, Minat berkunjung, Wisatawan.

ABSTRACT

PERCEPTIONS OF THE APPLICATION OF LAKE TOBA HALAL TOURISM ON THE INTEREST OF VISITING TOURISTS IN PEKANBARU CITY

**Simon Very Tamba
169110101**

This study aims to see the effect of the perception of halal tourism in Lake Toba on the interest of visiting Pekanbaru City tourists. Based on the survey conducted, Based on the observations made, there is a high interest in visiting the tourist attraction of Lake Toba by Pekanbaru City tourists. However, this interest has disappeared because of the perception in the community about the difficulty of halal accommodation in tourism. In this study, the researcher used field research which directly went to the research location. The data analysis model used in this research is descriptive analysis using a quantitative approach, namely studying the relationship between two or more variables and describing or explaining a problem whose results can be generalized. In this study, it is more concerned with the aspect of the breadth of the data so that the data or research results are considered to be a representation of the entire population. The results of the study indicate that there is a significant and significant effect on the perception of the application of Halal Tourism on the Interest of Tourist Visits. If the variable of implementing Halal Tourism is increased, there will be an increase in Tourist Visits.

Keywords: *Application of Halal tourism, Interest in visiting, Tourists.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah sektor yang telah mempengaruhi peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dan kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan manusia untuk mengenal alam dan budaya di kawasan negara lain. Sehingga secara tidak langsung pergerakan manusia akan berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu yang baru dalam perkembangannya.

Salah satu industri pariwisata yang meningkat yaitu pada wisata halal. Wisata halal adalah kegiatan wisata yang di khususkan untuk memfasilitasi kebutuhan berwisata umat Islam. Kehadiran wisata halal juga hadirnya sebuah paket perjalanan yang mengacu pada aturan hidup umat Islam, Baik di sisi adab mengadakan perjalanan, menentukan tujuan wisata, akomodasi, hingga makanan. Adapun kebutuhan wisatawan muslim terhadap wisatawan halal ini secara umum meliputi kebutuhan untuk beribadah, mendapatkan makanan

halal, mendapatkan nilai tambah dari perjalanan serta terjaganya dari kemaksiatan dan kemungkar.

Di Indonesia sendiri, pariwisata halal memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai upaya mengembangkan industri pariwisata nasional. Dalam konteks ini, dapatlah dikatakan bahwa sebagian daerah di Indonesia sudah mulai mempersiapkan diri, atau bahkan sudah mengimplementasikan wisata halal di daerahnya. Namun demikian, terdapat juga daerah yang mengalami kendala ketika ingin mengembangkan potensi wisata halal di daerahnya, salah satunya adalah Danau Toba ketika ingin dicanangkan sebagai destinasi wisata halal. Ketika Gubernur Sumatra Utara Edy Rahmayadi mulai mencanangkan wisata halal untuk Danau Toba, muncul penolakan dari masyarakat sekitar hingga menimbulkan suatu polemik yang cukup tajam.

Untuk masyarakat di sekitar Danau Toba, upaya pencanangan Danau Toba sebagai destinasi wisata halal dianggap dapat mengusik tradisi yang diwarisi secara turun temurun. Tradisi yang dimaksud terkait dengan mengkonsumsi daging babi, yang biasa dilakukan dalam setiap upacara adat atau pesta pernikahan, ketika berkabung, dan ketika memberi tongkat (mambere tukkot) kepada orang yang sudah sepuh. Bagi sebagian suku Batak itu sendiri, seperti Batak Toba, Batak Karo, Batak Dairi, Batak Simalungun dan Batak Angkola, menghidangkan daging babi dengan berbagai cara sudah menjadi kearifan lokal tersendiri. Sebab itulah, memelihara babi di halaman rumah atau dilepas begitu saja sudah menjadi pemandangan yang biasa di sebagian daerah suku Batak.

Program wisata halal sebenarnya sangat positif apabila diterapkan, terutama untuk menarik wisatawan asing. Dalam hal ini, tentunya ada berbagai manfaat yang bisa didapat daerah, terutama bagi peningkatan ekonomi, terlebih masyarakat di sekitar daerah wisata. Karena jumlah kunjungan asing cukup besar terutama berasal dari negara Malaysia yang mayoritas Muslim.

Tabel 1. 1 : Jumlah Kunjungan Wisatawan Luar Negeri

Negara	Jumlah
Asean	195.311
- Brunai	214
- Malaysia	121.700
- Philipina	1 409
- Singapura	16.242
- Thailand	2.411
- Vietnam	627
- Myanmar	273
- Asean Lainnya	52.435

Sumber : BPS, 2020

Memang seringkali yang menjadi masalah krusial adalah perhotelan dan akomodasi, sebab hotel pada umumnya memang tidak didesain untuk bersesuaian dengan syariah. Oleh karena itu sekarang juga muncul konsep hotel syariah, yaitu hotel yang tidak menyediakan khamr, makanan dan minumannya halal, semua perlengkapan yang disediakan juga halal. Tambahan lagi hotel tersebut tidak menjadi tempat kegiatan yang dilarang syariah. Untuk mendukung pariwisata syariah tentu makanan dan minuman halal tidak hanya tersedia di hotel syariah, tetapi wisatawan dengan mudah mendapatkan di berbagai tempat. Jadi seharusnya banyak tersedia restoran halal, bahkan oleh-oleh dan cinderamata seharusnya juga terjamin halal. Jaminan halal ini tentu

harus dikeluarkan oleh pihak yang terpercaya dan dipercayai masyarakat (internasional), misalnya label halal LPPOM MUI.

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara mulai mencanangkan wisata halal untuk Danau Toba, namun muncul penolakan dari masyarakat sekitar hingga menimbulkan suatu polemik yang cukup tajam. Untuk masyarakat di sekitar Danau Toba, upaya pencanangan Danau Toba sebagai destinasi wisata halal dianggap dapat mengusik tradisi yang diwarisi secara turun temurun. Tradisi yang dimaksud terkait dengan mengkonsumsi daging babi, yang biasa dilakukan dalam setiap upacara adat atau pesta pernikahan, ketika berkabung, dan ketika memberi tongkat (mambere tukkot) kepada orang yang sudah sepuh.

Wisata halal yang dimaksud Pemprov Sumatera Utara merupakan penambahan fasilitas-fasilitas yang menunjang kebutuhan wisatawan muslim demi menarik jumlah wisatawan. Mengingat sejauh ini jumlah turis yang datang ke Danau Toba mayoritas beragama Islam.

Danau Toba merupakan salah satu destinasi super prioritas yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Di lokasi objek wisata Danau Toba ini, para pengunjung maupun wisatawan dapat menikmati kegiatan berkayak atau naik sampan dengan memilih tiga jenis rute jelajah danau Tongging-Silalahi, Tongging-Samosir atau Lingkaran Utara. Bukan hanya menikmati wisata air, pengunjung bisa menikmati suasana udara yang dingin dan sejuk di Danau Toba lewat kegiatan glamping (kemah mewah) di The Caldera Toba Nomadic Escape yang terletak di Sibisa, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba Samosir.

Untuk wisatawan Lokal atau domestik, Dana Toba sangat berpeluang untuk menarik minat untuk dikunjungi. Hal ini dikarenakan letak Danau Toba yang dapat diakses melalui jalan darat. Sehingga memudahkan provinsi sekitar untuk datang berkunjung. Namun permasalahan lainnya Danau Toba tidak begitu menjadi destinasi favorit di Riau, karena sulitnya dalam akomodasi halal. Padahal untuk taraf wisata Danau Toba sudah masuk kedalam wisata internasional.

Menurut acuan GMTI (*Global Travel Travel Index*), ada tiga kelompok kriteria wisata halal yang diulas. Pertama, destinasi ramah keluarga yang mencakup keamanan umum bagi wisatawan muslim serta jumlah kedatangan wisatawan muslim. Kedua, layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim. Ketiga, kesadaran halal dan pemasaran destinasi. Selain mengenai persepsi konsep yang akan diterapkan, juga perlu mengetahui seberapa besar ekspektasi masyarakat mengenai keuntungan/benefit yang didapatkan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata halal yang akan dikembangkan oleh pemerintah. (Awwal, 2019)

Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat minat yang tinggi terhadap minat berkunjung ke objek wisata Danau Toba oleh wisatawan Kota Pekanbaru. Namun minat tersebut pupus karena persepsi ditengah masyarakat akan sulitnya akomodasi halal dalam pariwisata tersebut.

Masyarakat Pekanbaru merupakan masyarakat yang didominasi oleh agama Islam. Dalam melakukan kunjungan wisatawan mereka merasa sulit dalam akomodasi halal. Sehingga banyak diantara mereka memilih berkunjung

ke objek wisata lain, meskipun jauh dari Kota Pekanbaru. Berdasarkan Fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PERSEPSI PENERAPAN WISATA HALAL DANAU TOBA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KOTA PEKANBARU.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

1. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara mulai mencanangkan Wisata Halal untuk Danau Toba, namun muncul penolakan dari masyarakat sekitar sehingga menimbulkan suatu polemik yang cukup tajam.
2. Masih kurangnya akomodasi bagi wisatawan yang beragama Islam di sekitaran objek wisata Danau Toba.

C. Pembatasan Masalah Penelitian

Adapun masalah inti dari penelitian ini adalah fokus kepada persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah: untuk melihat Pengaruh persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Adapun manfaat penelitian secara teoritis adalah sebagai berikut:

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menambah wawasan terhadap bidang Ilmu Komunikasi khususnya bagi kajian mengenai pariwisata yang saat ini terus berkembang.

2. Manfaat Secara Praktis

Adapun manfaat penelitian secara praktis adalah sebagai berikut:

Diharapkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam persepsi wisata halal dan juga diharapkan bisa menjadi rujukan serta acuan bagi mahasiswa Perguruan Tinggi yang akan melakukan penelitian terkait pariwisata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. (Vardiansyah, 2013 : 3),

Sedangkan dalam Buku Komunikasi Organisasi, definisi komunikasi menurut Carl I. Hovland, Janis, and Kelley adalah : “*Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. “Dengan kata lain, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus Dengan kata lain, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal”. (Muhammad, 2014: 2)

a. Unsur - unsur Dasar Komunikasi

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*, *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam

mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Pesan

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak – gerak, bahas lisan, dan bahasa tulisan (Cangara, 2012 : 23).

3. Media

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2012 : 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan – pesan yang diterima selanjutnya oleh pancaindera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.

Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media bentuk jamak dari medium - medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2013 : 24)

4. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Efek

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasi, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Menurut Kotler (2013:179), persepsi adalah dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

Pengertian persepsi menurut Slameto (2010: 102) menyatakan persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan dan informasi di dalam otak manusia. Informasi dan pesan yang diterima tersebut muncul dalam bentuk stimulus yang merangsang otak untuk mengolah lebih lanjut yang kemudian mempengaruhi seseorang dalam berperilaku.

Selanjutnya menurut Rakhmat (2010: 50) mengklasifikasinya kedalam tiga komponen yaitu komponen afektif, komponen kognitif dan komponen konatif. Komponen yang pertama, afektif yang merupakan aspek emosional dari faktor sosio psikologis. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Adapun aspek - aspek persepsi sebagai berikut:

1. Aspek kognitif

Komponen ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal.

2. Aspek afektif

Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, bersifat

emosional. Wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.

3. Aspek konatif

Merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

Dalam memberikan tanggapan atau persepsi terhadap suatu objek, masing-masing individu atau perorangan tentunya akan berlainan. Hal ini dikarenakan pandangan seseorang dipengaruhi oleh wawasan, pengalaman serta pengetahuannya terhadap suatu objek yang dihadapkan. Menurut Slameto dalam Handayani (2013: 23) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah:

- a. Relation, yaitu hubungan antara orang yang mempersepsikan dengan objek yang dipersepsikan. Seseorang biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada di sekitarnya sekaligus, tetapi akan memfokuskan perhatiannya terhadap satu atau dua objek yang sama.
- b. Set, yaitu harapan seseorang akan rangsangan yang timbul.
- c. Kebutuhan, kebutuhan sesaat akan kebutuhan yang tetap pada diri seseorang akan mempengaruhi persepsi orang tersebut.
- d. Sistem nilai, sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat berpengaruh pula pada persepsi seseorang.

Menurut Toha (2014: 154), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Faktor-faktor tersebut antara lain :

1) Belajar atau pemahaman *learning* dan persepsi Semua faktor-faktor dari dalam yang membentuk adanya perhatian kepada sesuatu objek sehingga menimbulkan adanya persepsi yang selaras dengan proses pemahaman atau belajar (*learning*) dan motivasi masing-masing individu.

2) Motivasi dan persepsi

Motivasi dan kepribadian pada dasarnya tidak bisa dipisahkan dari proses belajar, tetapi keduanya juga mempunyai dampak yang amat penting dalam proses pemilihan persepsi yang akan merangsang perhatian dan minat orang-orang dalam masyarakat.

3) Kepribadian dan persepsi

Dalam membentuk persepsi unsur ini amat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi.

b. Faktor Eksternal

Faktor-faktor tersebut antara lain :

1) Intensitas

Prinsip intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, layaknya semakin besar pula hal-hal yang dapat dipahami. Suara yang keras, bau yang tajam, sinar yang terang

akan lebih banyak atau mudah diketahui dibandingkan dengan suara yang lemah, bau yang tidak tajam, dan suara yang buram.

2) Ukuran

Bahwa semakin besar ukuran sesuatu obyek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami. Bentuk ukuran ini akan dapat mempengaruhi persepsi seseorang, dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek orang akan mudah tertarik perhatiannya yang nanti akan membentuk persepsinya.

3) Keberlawanan atau Kontras

Bahwa stimulus dari luar yang penampilannya berlawanan dengan latar belakang atau sekelilingnya atau yang sama sekali di luar sangkaan orang banyak, akan menarik banyak perhatian.

4) Pengulangan

Bahwa stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan sekali dilihat.

5) Gerakan

Bahwa orang akan memberikan banyak perhatian terhadap obyek yang bergerak dalam pandangannya dibandingkan obyek yang diam. Dari gerakan sesuatu obyek yang menarik perhatian seseorang ini akan timbul suatu persepsi

6) Baru dan Familier

Bahwa baik situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat dipergunakan sebagai penarik perhatian.

c. Proses Pembentukan Persepsi

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses pengamatan atau pengetahuan mengenai suatu objek atau kejadian tertentu dengan menggunakan alat-alat indra tertentu sebagai perantaranya. Persepsi menunjuk bagaimana manusia melihat, mendengar, mencium, merasakan dunia sekitar kita.

Terdapat tiga komponen utama proses pembentukan persepsi menurut (Sobur, 2014), yaitu:

- a. Seleksi, yaitu penyampaian oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Setelah diterima, rangsangan atau data diseleksi.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang di terimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- c. Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima. Persepsi yang diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi yaitu bertindak sehubungan dengan apa yang telah di serap yang terdiri dari reaksi tersembunyi sebagai pendapat/sikap dan reaksi terbuka sebagai tindakan yang nyata sehubungan dengan tindakan yang tersembunyi (pembentukan kesan).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komponen-komponen persepsi, yaitu seleksi terhadap informasi berdasarkan stimulus yang diterima oleh alat indera, kemudian stimulus yang diterima akan diseleksi untuk kemudian diinterpretasikan agar dapat memberikan penarikan kesimpulan terhadap objek yang diinderakan.

3. Pariwisata Halal

a. Definisi Pariwisata Halal

Menurut Kementerian Pariwisata (Kemenpar, (2012) mendefinisikan pariwisata halal merupakan sebuah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.

Menurut Majelis Ulama Indonesia pada 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan pariwisata berdasar prinsip syariah mendefinisikan wisata halal adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, mempelajari keunikan daya tarik wisata untuk wisata sesuai prinsip syariah.

Definisi wisata atau pariwisata menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 bulan. (UNWTO, 2015:10)

b. Kriteria Umum Pariwisata Halal

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Badan Pengurus Harian Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), pariwisata halal memiliki kriteria umum sebagai berikut: (Sofyan, 2013: 25)

1. Berorientasi pada kemaslahatan umum
2. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
3. Menghindari kemusrikan dan khurafat
4. Menghindari maksiat
5. Menjaga perilaku, etika dan nilai-nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila
6. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan
7. Bersifat universal dan inklusif
8. Menjaga kelestarian lingkungan
9. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal. Karakteristik Pariwisata Halal

Delapan faktor pengukuran wisata halal dari segi administrasi dan pengelolannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam

3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip Islam
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi
7. Ada tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan
8. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam

c. Indikator Pariwisata Halal

Terdapat empat indikator dalam mewujudkan wisata halal, indikator ini digunakan oleh Global Muslim Travel Index (GMTI) Dalam penilaian wisata halal dunia. Empat indikator tersebut adalah

1. Accessibility (aksesibilitas)

Accessibility (aksesibilitas) merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan, karakteristik sistem transportasi ditentukan oleh aksesibilitas.

2. Communication (komunikasi)

Communication (komunikasi) merupakan suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Dalam wisata halal komunikasi sangat penting menyangkut informasi yang dibutuhkan wisatawan, oleh karena itu komunikasi dijadikan salah satu indikator dalam menentukan wisata halal dunia.

3. Environment (lingkungan).

Lingkungan adalah jumlah seluruh benda dan keadaan yang terdapat didalam ruang yang mempengaruhi kehidupan kita. Lingkungan yang mendukung bagi wisata halal tentunya lingkungan yang membuat wisatawan merasa nyaman dengan fasilitas yang sudah disediakan.

4. Service (layanan)

Service (layanan) merupakan kegiatan atau tindakan yang di tawarkan atau diberikan oleh satu pihak ke pihak lain yang bentuknya tidak berwujud dan tidak mencerminkan kepemilikan oleh pihak lain akan tetapi penilaiannya dengan kepuasan atau ketidakpuasan.

4. Minat Berkunjung Wisatawan

a. Pengertian Minat

Eysenck dalam Rahmanto (2011:11) mendefinisikan “Minat sebagai suatu kecenderungan untuk bertingkah laku yang berorientasi kepada obyek, kegiatan, atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan yang lain tidak sama intensitasnya.”

Dalam kamus psikologi, Chaplin dalam Prima (2011:7) menyebutkan bahwa interest atau minat dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Suatu sikap yang berlangsung terus-menerus yang memberi pola pada,
- b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas pekerjaan atau obyek itu berharga atau berarti bagi individu,
- c. Satu keadaan atau satu set motivasi yang menuntut tingkah laku menuju satu arah tertentu.

Konsumen atau Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut.

Dorongan yang kuat dan memotivasi untuk memilih sebagai suatu tindakan inilah yang kemudian disebut dengan minat. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait minat berkunjung adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

b. Faktor Faktor yang mempengaruhi Minat

Dalam Kotler (2019:166) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli adalah sebagai berikut

a. Faktor-faktor kebudayaan

1. Budaya

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang,.

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar.

2. Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok dalam masyarakat, dimana setiap kelompok cenderung memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

b. Faktor-faktor sosial

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

2. Keluarga

Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli.

3. Peranan dan status

Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakatnya.

c. Faktor-faktor pribadi

1. Usia dan tahap daur hidup

Pembelian seseorang terhadap barang dan jasa akan berubah-ubah selama hidupnya. Demikian halnya dengan selera seseorang berhubungan dengan usianya.

2. Pekerjaan

Dengan adanya kelompok-kelompok pekerjaan, perusahaan dapat memproduksi produk sesuai dengan kebutuhan kelompok pekerjaan tertentu.

3. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang dapat dilihat dari tingkat pendapatan hal tersebut dapat mempengaruhi pilihan produk.

c. Indikator Minat Berkunjung

Menurut Ferdinand dalam Sulistyari (2012: 22) minat berkunjung dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

5. Pariwisata

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, dan kini telah menjadi bagian dari hak asasi manusia.

Hal ini tidak hanya terjadi di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang.

Menurut Soekadijo, menjelaskan pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. (Yuliani, 2013: 453)

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Sutrisno pariwisata merupakan istilah yang diberikan apabila seseorang Wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan (Yuliani, 2013:453).

Berdasarkan definisi – definisi pariwisata diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata memiliki ciri – ciri sebagai berikut :

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan daerah tujuan (destinasi)
2. Destinasi memiliki objek dan daya tarik Wisata
3. Destinasi memiliki sarana dan prasarana pariwisata
4. Perjalanan ke destinasi dilakukan dalam waktu sementara

5. Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya pada segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan di daerah destinasi Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah. Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara.

a. Jenis – Jenis Pariwisata

Ada beberapa jenis-jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:
(Yuliani, 2013:453

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan pengujung ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.

- c. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.
- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan perjalanan atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
- g. Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang
- h. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

b. Bentuk – Bentuk Pariwisata

Menurut Suwena, pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanan saja, tetapi dapat dilihat juga dalam bentuk –

bentuk perjalanan Wisata. Adapun bentuk -bentuk pariwisata: (Ambarawati, 2011:40)

1. Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata yang berkembang dibedakan menjadi :

- a. Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat – tempat tertentu saja.
- b. Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu. Dapat regional dalam suatu wilayah tertentu, dapat pula regional dalam nasional dan internasional.
- c. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana pesertanya tidak saja terdiri dari warga negaranya sendiri tetapi juga orang asing yang berdiam di negara tersebut.
- d. Pariwisata regional – internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas tetapi melewati batas – batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut.
- e. Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan di banyak negara di dunia.

2. Menurut objek

Menurut objek kegiatan pariwisata yang berkembang dibedakan menjadi :

- a. *Cultural tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah.
- b. *Recuperational tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi Wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit.
- c. *Commercial tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
- d. *Sport tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi Wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk melihat dan menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat.
- e. *Political tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan suatu
- f. *Social tourism*, jenis pariwisata dimana dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan.
- g. *Religion tourism*, jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan upacara – upacara keagamaan.

c. Wisatawan

Menurut Noral, wisatawan adalah setiap orang yang datang di suatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara

teratur, dan di negara diaman ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang di dapatkannya di tempat lain. (Yuliani, 2013:454)

Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam. Menurut undang-undang Republik Indonesia No 9 tentang kepariwisataan, bab 1 ketentuan umum pasal 1 ayat 1 dan 2 dirumuskan:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek daya tarik wisata.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisatawan. Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan Wisatawan dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Yuliani, 2013:454)
 - a. Wisatawan asing (*foreign tourist*), yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana biasanya ia tinggal.
 - b. *Domestic tourist*, orang asing berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal.
 - c. *Domestic Tourist* (Wisata Nusantara). Seorang warga negara suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati batas Negaranya.
 - d. *Ndigenous Foreign Tourist*, warga negara di suatu negara tertentu yang karena tugas atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.

- e. *Transit tourist*, wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu, yang terpaksa mampir dan singgah pada suatu pelabuhan, *airport*, stasiun dan bukan atas kemauannya.
- f. *Business tourist*, orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuan yang utama selesai.

B. Kerangka Operasional

Tabel 2. 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
Pariwisata Halal	Pariwisata halal merupakan sebuah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.	Access	<ul style="list-style-type: none"> - Objek wisata mudah dijangkau - Akses transportasi memadai. - Biaya transportasi sesuai standar yang berlaku.
		Communication	<ul style="list-style-type: none"> - Keberadaan Digital Marketing terkait pariwisata ramah Muslim - Event Pariwisata Ramah Muslim serta Media Pemasaran Lainnya - Tour Guides
		Environment	<ul style="list-style-type: none"> - Kedatangan wisatawan Muslim domestik - Cakupan Wi-Fi atau internet - Penyelenggaraan pariwisata ramah Muslim
		Services	<ul style="list-style-type: none"> - Restoran Halal - Tempat Ibadah - Ketersediaan Islamic

			Herige Site
Minat Berkunjung	Minat sebagai suatu kecenderungan untuk bertingkah laku yang berorientasi kepada obyek, kegiatan, atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan yang lain tidak sama intensitasnya	Minat transaksional	Minat untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata
		Minat referensial	Minat untuk mengajak teman, kerabat, dan saudara saya ketika saya mengunjungi kembali ke destinasi wisata
		Minat preferensial	minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada objek wisata tersebut.
		Minat eksploratif	Mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Teori yang dipakai untuk menjelaskan logika penelitian ini, diambil dari penelitian terdahulu. Beberapa topik penelitian mengenai persepsi wisata halal terhadap minat berkunjung wisatawan serta karakteristik informan yang berbeda pula, penelitian terdahulu tersebut antara lain:

Tabel 2. 2

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Al Faridho Awwal JUMPA Volume 6,	Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat akan wisata halal berpengaruh terhadap minatnya untuk berwisata halal. namun, pada kabupaten Bantul dan

	Nomor 1, Juli 2019	Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata Halal Pada Lima Kabupaten / Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Gunung Kidul variabel persepsi konsep tidak berpengaruh terhadap persepsi pengembangan sedangkan di Kota Yogyakarta variabel persepsi pengembangan tidak berpengaruh terhadap sikap akan wisata halal. namun walaupun demikian, secara umum persepsi masyarakat baik dari konsep maupun pengembangan berpengaruh terhadap sikap masyarakat dan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengunjungi pariwisata halal.
2	Bintang Akbar Yusuf 2020	Persepsi tentang Pariwisata Halal dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung ke Thailand	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tentang pariwisata halal berpengaruh sebesar 29,2% terhadap minat mengunjungi ke Thailand.
3	Mifthah Ghufrani Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam Vol. 7 No. 2 (Edisi) 2020	Perspektif Wisatawan Terhadap Brand Awareness Wisata Halal Sumatera Barat	perspektif wisatawan terhadap brand awareness wisata halal. Menurut para wisatawan, mereka mengetahui konsep wisata halal. Namun, wisata halal ini masih tergolong baru di Indonesia karena penerapan yang masih belum menyeluruh. Mereka juga mengetahui perbedaan wisata halal dengan wisata biasa pada umumnya. Menurut wisatawan konsep wisata halal ini bagus dan keren. Karena konsep ini pastinya sudah menyediakan fasilitas standar wisata halal seperti tempat ibadah, makanan dan minuman yang halal, dan fasilitas lainnya seperti penginapan atau transportasi yang menerapkan syariat Islam.
4	Ningsih Universitas Muhammadiyah Makassar 2019	Persepsi Wisatawan Tentang Wisata Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Di Lokasi Wisata	Hasil penelitian menunjukkan persepsi Wisatawan terhadap penetapan syariah di kawasan wisata pada umumnya positif. Artinya, pengunjung setuju bila syariah benar-benar di berlakukan dikawasan wisata, khususnya di pantai Bira, dengan demikian

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

		Tanjung Bira	penelitian ini menemukan bahwa persepsi Wisatawan berpengaruh negatif terhadap minat kunjung ke kawasan wisata Bira. Penerapan syariah akan mengurangi terhadap kunjungan wisatawan di pantai Bira
5	Firdausa Kumala Sari 2019	Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta	Persepsi masyarakat tentang pariwisata halal terletak pada fasilitasnya. Kriteria fasilitas termasuk dalam salah satu kriteria GMTI (Global Muslim Travel Index). Pemerintah diharapkan memprioritaskan pengembangan fasilitas wisata halal.
6	Eka Mariyanti 2018	Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah Di Kota Padang	persepsi nilai berpengaruh terhadap minat berkunjung dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 sedangkan hipotesis kedua ditolak yang menyatakan tidak ada pengaruh persepsi merek terhadap minat berkunjung, dan hipotesis ketiga diterima dengan pernyataan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada hotel syariah di kota padang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
7	Ahmad Maulana 2020	Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Wisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung	1. Faktor Sosial mampu mempengaruhi minat berkunjung sebesar 3% dan berpengaruh secara negatif. 2. Religiusitas mampu mempengaruhi minat berkunjung dengan parameter 0.096% dan berpengaruh positif 3. Pengetahuan mampu mempengaruhi minat berkunjung sebesar 0.017 dan berpengaruh positif 0.029% 4. Income mampu mempengaruhi minat berkunjung sebesar 6% dan berpengaruh negatif 5. Lokasi mampu mempengaruhi minat berkunjung sebesar 8% dan berpengaruh positif 6. Produk mampu mempengaruhi minat berkunjung sebesar 0.032% dan berpengaruh positif

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

8	Rose Emmaria Tarigan 2020	Penolakan Publik terhadap Program Wisata Halal Danau Toba	(1) pemerintah daerah tidak sepenuhnya memahami tradisi (kearifan lokal) yang hidup pada masyarakat di sekitar kawasan wisata Danau Toba; dan (2) meskipun dimensi logos sudah diterapkan dengan mengajukan argumentasi yang memadai, namun dua dimensi lainnya, yaitu ethos dan pathos belum diterapkan dengan maksimal sehingga menghambat proses komunikasi yang berlangsung
---	------------------------------	---	---

Sumber : Data olahan, 2022

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya, namun memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dari penelitian yang sudah ada. Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini meneliti mengenai persepsi pariwisata halal dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung masyarakat, dengan menggunakan analisis kuantitatif menggunakan regresi linear untuk menghitung besarnya pengaruh variabel persepsi wisata halal. Selain itu objek penelitian ini memiliki karakteristik yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Bintang Akbar Yusuf pada tahun 2020. Dimana objek wisata tersebut dikenal sebagai objek wisata yang memiliki masyarakat serta kultur non Muslim yaitu pada negara Thailand yang mayoritas beragama Budha, sama halnya dengan objek wisata danau Toba tersebut yang memiliki masyarakat mayoritas Kristen.

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek wisata yang diteliti, terdapat destinasi wisata di dalam bahkan diluar negeri, selain itu ada beberapa variabel yang berbeda yaitu Brand Awareness pada penelitian Mifthah Ghufrani pada tahun 2020.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016: 64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis merupakan jawaban sementara penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut.

Setelah melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru.

H0 : Tidak terdapat pengaruh persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni menjelaskan mengenai persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2016:57).

Studi korelasi mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain (Nana Sudjana dan Ibrahim, 2007:64).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi digeneralisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Kriyantono, 2016:151).

Penelitian ini akan meneliti tentang persepsi wisata halal Danau Toba terhadap minat berkunjung wisatawan Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini

yang menjadi populasi adalah 954.373 orang penduduk kota Pekanbaru. (BPS Kota Pekanbaru, 2020)

2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2013: 30).

Rumus ukuran sampel menurut Siregar (2013:34), ditentukan berdasarkan pada pendapat Slovin dengan formula sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi.

e = Persentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10%.

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

$$n = \frac{954.373}{1 + 954.373(0,1)^2}$$

$$n = \frac{954.373}{1 + 954.373}$$

$$n = \frac{954.373}{9543,73}$$

$$n = 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2016 :85). *Sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini akan dilaksanakan di Pekanbaru. Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Oktober 2021 sampai Mei 2022. Adapun jadwal proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Jadwal Kegiatan Rencana Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Okt 2021				Nov 2021				April 2022				Mei 2022				Juni 2022			
		1	2	3	4	2	3	4	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP			X	X																
2	Seminar UP								X												
3	Riset									X											
4	Penelitian Lapangan									X	X										
5	Pengolahan Analisis Data											X	X								
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi													X	X						
7	Ujian Skripsi																X				

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 402). Selain itu data sekunder juga dapat diartikan data yang telah dikumpulkan dan dari sumber-sumber yang telah ada dan disebut data pendukung, yakni dapat disimpulkan bahwa data-data tersebut adalah data yang diperoleh dari buku, dokumen-dokumen resmi serta hasil-hasil laporan yang membahas masalah penelitian ini Amiruddin, (2018: 82).

Data sekunder, yakni berupa studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang berasal dari literatur serta bahan bacaan yang relevan dengan penelitian. Studi kepustakaan dalam penelitian ini menghasilkan berbagai data yang didapatkan dari buku-buku dan literatur yang sesuai dengan masalah dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Arikunto, 2010:149). Pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan hasil data yang relevan. Penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner menurut Arikunto (2014:151), adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang

responden ketahui. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian.

Hal ini berdasarkan pada jumlah sampel dari penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan dapat menghasilkan data interval atau rasio. Jenis skala yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert* yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Skala *likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono, (2016:93).

b. Observasi

Observasi sendiri menurut Burhan Bungin (2012:190), ada dua tipe, yakni observasi tidak langsung dan observasi partisipan. Observasi tidak langsung adalah observasi dimana seorang peneliti tidak masuk ke dalam masyarakat tersebut. Bisa saja ia hanya melihat dengan sepasang matanya mengenai kegiatan dan benda-benda budaya atau dibantu dengan alat-alat lain seperti kamera. Sedangkan observasi partisipan adalah pengamatan langsung dengan melibatkan diri dalam kegiatan masyarakat yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi yang digunakan adalah observasi tidak langsung.

Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipasi yaitu dalam melakukan observasi penulis tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2016:145).

c. Studi Dokumentasi dan Arsip

Menurut Arikunto (2014:231), metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data menggunakan sarana dokumentasi yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, dan lain-lain. Jadi dokumentasi adalah metode penelitian yang dilakukan dengan meneliti bahan dokumentasi yang ada dan mempunyai relevansi dengan tujuan penelitian.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS Versi 2.2.

Adapun yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data dan uji hipotesis.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2014:47). Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas instrumen dilakukan dengan cara mengoreksi skor jawaban yang diperoleh dari setiap item dengan skor total dari keseluruhan item instrumen, dan semua diatas angka kritis. Adapun nilai angka kritisnya

pada tingkat signifikan 5% jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka alat ukur tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukuran itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan maupun diwaktu yang bersamaan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Kriteria *Cronbach Alpha* adalah apabila didapatkan nilai $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak *reliable*.


Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2014:35).

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis deskriptif ini digunakan untuk mendapatkan gambaran penyebaran data hasil penelitian masing-masing variabel secara katagori. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item

instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012: 168).

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- 
1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
 2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor 1

Dalam analisis ini ditentukan kriteria interpretasi skor diawali dengan menentukan interval kelas dari setiap *gradian* (alternatif jawaban yang disebut kategori), (Silaen dan Widiyono, 2013) dengan rumus:

$$CI = \text{Range} / C$$

Keterangan:

CI = *Class interval* (interval kelas)

Range = skor tinggi – skor terendah

C = jumlah kelas (umumnya sama dengan jumlah alternatif jawaban)

Dengan demikian interval kelas = $(5-1)/5=0,8$, kemudian dapat disusun kriteria interpretasi skor, sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Kriteria Interpretasi Skor

No.	Skor	Kriteria
1	4,21 – 5,00	Sangat Baik
2	3,41 – 4,20	Baik

3	2,61 – 3,40	Kurang Baik
4	1,81 – 2,60	Tidak Baik
5	1,00 – 1,80	Sangat tidak Baik

Sumber : Widiyono, 2013

1. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2012:270), metode analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung Masyarakat

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Persepsi wisata halal

2. Uji Hipotesis

3. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas statistik $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika nilai probabilitas statistik $t \leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Semakin besar koefisien determinasinya semakin baik variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari koefisien parsialnya (R). Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi R^2 masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari hasil

kuadrat (pangkat dua) koefisien korelasi parsial. Sedangkan menguji variabel mana yang signifikan dapat dilihat dari koefisien determinasi parsial yang terbesar dari variabel independen.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Luas Wilayah

Kota Pekanbaru merupakan Ibu Kota Provinsi Riau yang mempunyai luas wilayah 632,26 Km². Kota Pekanbaru terletak antara garis 101,14' – 101,34' Bujur Timur dan 0,25' – 0,45' Lintang Utara dengan batas wilayah:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Siak
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan Siak.

Kota Pekanbaru terdiri dari 12 Kecamatan dan 83 Kelurahan. Kecamatan terluas di Kota Pekanbaru yaitu di Kecamatan Tenayan Raya dengan luas sebesar 171,27 Km² diikuti oleh Kecamatan Rumbai Pesisir sebesar 157,33 Km² dan Kecamatan Rumbai sebesar 128,85 Km² sedangkan luas Kecamatan terkecil adalah Kecamatan Pekanbaru Kota sebesar 2,26 Km².

b. Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin

Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru pada tahun 2020 bersumber dari hasil Sensus Penduduk 2020 (SP2020), yaitu sebesar 983.356 jiwa, yang terdiri dari 495.117 penduduk laki-laki dan 488.239 penduduk perempuan, dengan rasio jenis kelamin sebesar 101. Persentase penduduk jika dirinci menurut kecamatan,

memperlihatkan bahwa Kecamatan Tampan, Tenayan Raya dan Marpoyan damai adalah wilayah dengan jumlah penduduk paling banyak. Jika dibagi dengan luas wilayah, terlihat bahwa Kecamatan Sukajadi, Pekanbaru Kota, dan Limapuluh memiliki kepadatan penduduk paling besar dibandingkan kecamatan lainnya.

Tabel 4. 1
Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Pekanbaru, 2020

Kecamatan	Penduduk (ribu)	Laju Pertumbuhan Pendudukper Tahun 2010–2020
Tampan	203 238	1,76
Payung Sekaki	96 296	1,03
Bukit Raya	93 478	0,16
Marpoyan Damai	127 600	0,15
Tenayan Raya`	154 261	2,20
Limapuluh	38 613	-0,66
Sail	20 384	-0,49
Pekanbaru Kota	22 604	-0,99
Sukajadi	42 852	-0,93
Senapelan	35 357	-0,29
Rumbai	78 185	1,86
Rumbai Pesisir	70 488	0,83
Pekanbaru	983 356	0,89

SUMBER : BPS, 2021

Dari tabel 4.2 atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Kota Pekanbaru Tahun 2020 paling banyak tersebar di Kecamatan Tampan yaitu sebesar 203.238 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk paling sedikit yaitu di Kecamatan Sail sebesar 20.384 jiwa.

Tabel 4. 2
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Pekanbaru
2020

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0-4	50 006	47 223	97 229
5-9	45 342	43 277	88 619
10-14	41 675	38 537	80 212
15-19	40 171	38 241	78 412
20-24	41 925	42 129	84 054
25-29	42 783	43 627	86 410
30-34	41 759	42 541	84 300
35-39	38 932	40 137	79 069
40-44	36 402	37 090	73 492
45-49	33 234	33 444	66 678
50-54	27 279	27 174	54 453
55-59	22 247	21 456	43 703
60-64	15 264	14 606	29 870
65-69	10 192	10 285	20 477
70-74	4 248	4 302	8 550
75+	3 658	4 170	7 828
Pekanbaru	495 117	488 239	983 356

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk yang paling banyak ada dikisaran umur 0-4 tahun yang berjumlah 97.229 jiwa yang terdiri dari 50.006 laki-laki dan 47.223 perempuan.

c. Jumlah Kepadatan Penduduk/km²

Kepadatan penduduk adalah perbandingan jumlah penduduk dengan luas wilayahnya. Kepadatan penduduk menunjukkan jumlah rata-rata penduduk pada setiap km². Kepadatan penduduk dipengaruhi oleh fisiografis, keamanan,

kebudayaan, biologis dan psikologis serta berkaitan erat dengan peningkatan jumlah penduduk.

Tabel 4.3
Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru Tahun 2020

Kecamatan	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk perkm ²
Tampan	20,67	3 398
Payung Sekaki	9,79	2 227
Bukit Raya	9,51	4 239
Marpoyan Damai	12,98	4 291
Tenayan Raya	15,69	901
Limapuluh	3,93	9 558
Sail	2,07	6 253
Pekanbaru Kota	2,30	10 002
Sukajadi	4,36	11 397
Senapelan	3,60	5 317
Rumbai	7,95	607
Rumbai Pesisir	7,17	448
Pekanbaru	100,00	1 555

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru

Dari tabel 4.3 kepadatan penduduk Tahun 2020 sebesar 1.555 ribu jiwa per Km². Wilayah Kecamatan Sukajadi memiliki kepadatan penduduk tertinggi yaitu sebesar 11.397 ribu jiwa per Km² disusul oleh Kecamatan Pekanbaru Kota Sebesar 10.002 ribu jiwa per Km². Kepadatan penduduk terendah pada Kecamatan Rumbai Pesisir sebesar 448 jiwa per Km².

2. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data deskriptif penelitian disajikan agar dapat dilihat profil dari

data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

a. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner tentang jenis kelamin responden dalam penelitian ini diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	59	59
2	Perempuan	41	41
	Total	100	100

Sumber: Data olahan hasil penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian diperoleh bahwa responden perempuan lebih sedikit dari mahasiswa laki-laki yaitu sebesar 59 responden laki-laki (59%) dan perempuan sebanyak 41 orang (41%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan faktor yang menentukan seseorang dalam pengambilan keputusan. Semakin dewasa umur seseorang maka semakin banyak pertimbangan yang akan dilakukannya sebelum mengambil keputusan. Berikut ini dapat dilihat karakteristik responden dari segi usia yaitu :

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
< 20	10	10%
21 - 30	44	44%
31 - 40	32	32%
40 >	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 4.5 dapat diketahui dari 100 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini dilihat dari segi usia maka yang paling banyak adalah responden yang berusia 21 – 30 Tahun sebanyak 44 responden atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi kaum muda. Sementara yang paling sedikit usia 40 > Tahun sebanyak 14 responden atau 14%

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah sesuatu yang dikerjakan untuk mendapatkan nafkah atau mata pencaharian masyarakat yang sibuk dengan kegiatan atau pekerjaan sehari-hari akan memiliki waktu yang lebih untuk memperoleh informasi. Hal ini berkaitan dengan tingkat penghasilan seseorang dalam pengambilan keputusan. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	14	14%
Swasta	31	31%
Wirausaha	17	17%
Mahasiswa / Pelajar	16	16%
Tidak Bekerja	13	13%
Ibu Rumah Tangga	9	9%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 4.6 dapat diketahui dari 100 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini dilihat dari segi Pekerjaan maka yang paling banyak adalah responden yang bekerja pada swasta sebanyak 31 responden atau 31%. Sementara yang paling sedikit yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 9 responden atau 9%

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Penghasilan sering digunakan sebagai memperkirakan kedudukan kelas sosial seseorang atau sebagai penentu gaya hidup seseorang, semakin besar penghasilan seseorang akan sangat mudah memutuskan untuk membeli sesuatu barang atau jasa. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan (Rp)	Jumlah Responden	Persentase
< 2.000.000	31	31%
2.000.000 - 3.000.000	41	41%
3.000.000 - 4.000.000	11	11%
4.000.000 - 5.000.000	6	6%
5.000.000 - 6.000.000	8	8%
>6.000.000	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak yaitu dengan rentang penghasilan Rp 2.000.000,- Rp 3.000.000 sebanyak 41 responden atau 41%,- Sementara yang paling sedikit dengan rentang penghasilan >6.000.000 sebanyak 10 responden atau 10%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Hasil distribusi frekuensi responden menurut tingkat Pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD / Sederajat	0	0%
2	SMP / Sederajat	9	9%
3	SMA / Sederajat	44	44%
4	D3	13	13%
5	S1	31	31%
6	S2 dan S3	3	3%
Jumlah		100	100

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 4.8 dapat diketahui dari 100 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini dilihat dari segi tingkat pendidikan yang paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 44 responden atau 44%. Sementara yang paling sedikit usia S2 sebanyak 3 responden atau 3%.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Hasil distribusi frekuensi responden menurut Agama dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	Islam	100	100%
2	Protestan	0	0%
3	Katolik	0	0%
4	Hindu	0	0%
5	Budha	0	0%
6	Khonghucu	0	0%
Jumlah		100	100

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 4.8 dapat diketahui dari 100 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini dilihat dari segi adalah responden dengan agama Islam. Hal ini dikarenakan penelitian ini berkaitan dengan penerapan wisata halal yang penerapannya wisata halal ini berdasarkan ketentuan agama Islam.

3. Uji Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan 20 pertanyaan, yang terdiri dari variabel Persepsi Wisata Halal (X) sebanyak 12 item dan Variabel Minat (Y) 8 item pernyataan.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiono, persyaratan minimum agar dapat dianggap valid apabila $r = 0,3$ sehingga apabila korelasi antar item dengan skor total kurang dari 0,3 maka item dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Adapun hasil tingkat validitas butir pernyataan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Item Variabel Persepsi Wisata Halal (X)

No Item	Tingkat Validitas	Ketentuan	Keterangan
X_1	0,477	0,3	Valid
X_2	0,794	0,3	Valid
X_3	0,677	0,3	Valid
X_4	0,413	0,3	Valid
X_5	0,452	0,3	Valid
X_6	0,417	0,3	Valid
X_7	0,82	0,3	Valid
X_8	0,703	0,3	Valid
X_9	0,347	0,3	Valid
X_10	0,723	0,3	Valid
X_11	0,433	0,3	Valid
X_12	0,455	0,3	Valid

Sumber: Data olahan hasil penelitian, 2021

Dari data di atas, variabel Persepsi Wisata Halal berada di atas 0,3 maka semua item valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Item Variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y)

No Item	Tingkat Validitas	Ketentuan	Keterangan
Y_1	0,491	0,3	Valid
Y_2	0,466	0,3	Valid
Y_3	0,518	0,3	Valid
Y_4	0,578	0,3	Valid
Y_5	0,644	0,3	Valid
Y_6	0,622	0,3	Valid
Y_7	0,536	0,3	Valid
Y_8	0,673	0,3	Valid

Sumber: Data olahan Penelitian, 2022

Dari data di atas, variabel Berkunjung Wisatawan berada di atas 0,3 maka semua item valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian. Berdasarkan tabel 4.15 dan tabel 4.16 diperoleh informasi mengenai tingkat validitas, bahwa seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian

b. Uji Reliabilitas

Dasar dari pengambilan keputusan reliabilitas data sebagai berikut (Silaen, 2013: 53)

1. Jika nilai Alpha Croanbach $> 0,60$ berarti item reliabel atau handal
2. Jika nilai Alpha Croanbach $< 0,60$ berarti item tidak reliabel atau handal

Tabel 4. 12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas	Ketentuan	Kriteria
Persepsi Wisata Halal (X)	0,801	0,6	Reliabilitas
Berkunjung Wisatawan (Y)	0,793	0,6	Reliabilitas

Sumber: Data olahan Penelitian, 2022

Dari data di atas variabel Persepsi Wisata Halal (X) adalah 0,801 dengan kriteria reliabilitas dan variabel Berkunjung Wisatawan (Y) adalah 0,793 dengan nilai Alpha Croanbach $> 0,60$ berarti item reliabel atau handal.

4. Analisis Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba

Penggunaan metode deskripsi bertujuan menjelaskan bagaimana hasil tanggapan responden terhadap angket mengenai variabel yang telah disebarkan kepada responden untuk diisi. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden terhadap variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba (X) yang dibagi menjadi empat yaitu *Access*, *Communication*, *Environment* dan *Services* dengan masing-masing 3 pernyataan per indikator. Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tanggapan dari responden mengenai variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba dengan indikator *Access* dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator Access

Pernyataan	Kriteria /Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Objek wisata Danau Toba mudah dijangkau bagi wisatawan Kota	Sangat Setuju (SS)	5	24	24%	120	3,13	Cukup Baik
	Setuju (S)	4	18	18%	72		
	Cukup Setuju (CS)	3	24	24%	72		

Pekanbaru.	Tidak Setuju (TS)	2	15	15%	30		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	19	19%	19		
	Jumlah		100	100%	313		
Objek wisata Danau Toba memiliki akses transportasi memadai.	Sangat Setuju (SS)	5	27	27%	135	3,42	Baik
	Setuju (S)	4	24	24%	96		
	Cukup Setuju (CS)	3	22	22%	66		
	Tidak Setuju (TS)	2	18	18%	36		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	9	9%	9		
	Jumlah		100	100%	342		
Biaya transportasi ke Objek wisata Danau Toba terjangkau	Sangat Setuju (SS)	5	23	23%	115	3,39	Cukup Baik
	Setuju (S)	4	30	30%	120		
	Cukup Setuju (CS)	3	23	23%	69		
	Tidak Setuju (TS)	2	11	11%	22		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	13	13%	13		
	Jumlah		100	100%	339		
Rata-rata Indikator Access						3,31	Cukup Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.13 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator *Access* yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Objek wisata Danau Toba memiliki akses transportasi memadai. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 3,42 dan termasuk dalam kriteria baik yang artinya responden beranggapan bahwa akses menuju Objek wisata Danau Toba memadai dan mudah diakses.

Tanggapan responden untuk indikator *Access* yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,13 pada pernyataan Objek wisata Danau Toba mudah dijangkau bagi wisatawan Kota Pekanbaru. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator *Access* diperoleh angka sebesar 3,31 dan termasuk dalam kriteria Cukup baik.

Tanggapan dari responden mengenai variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba dengan indikator Communication dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator Communication

Pernyataan	Kriteria / Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Informasi mengenai Objek wisata Danau Toba terkait pariwisata ramah Muslim sangat baik	Sangat Setuju (SS)	5	22	22%	110	3,32	Cukup Baik
	Setuju (S)	4	31	31%	124		
	Cukup Setuju (CS)	3	17	17%	51		
	Tidak Setuju (TS)	2	17	17%	34		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	13	13%	13		
	Jumlah		100	100%	332		
Objek wisata Danau Toba tidak memiliki event Pariwisata halal serta Media Pemasaran Lainnya	Sangat Setuju (SS)	5	21	21%	105	3,38	Cukup Baik
	Setuju (S)	4	32	32%	128		
	Cukup Setuju (CS)	3	21	21%	63		
	Tidak Setuju (TS)	2	16	16%	32		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	10	10%	10		
	Jumlah		100	100%	338		
Objek wisata Danau Toba memiliki tour guide yang mampu mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim	Sangat Setuju (SS)	5	31	31%	155	3,83	Baik
	Setuju (S)	4	39	39%	156		
	Cukup Setuju (CS)	3	17	17%	51		
	Tidak Setuju (TS)	2	8	8%	16		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5%	5		
	Jumlah		100	100%	383		
Rata-rata Indikator Communication						3,51	Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.14 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Communication yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Objek wisata Danau Toba memiliki tour guide yang mampu mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 3,83 dan termasuk dalam kriteria baik yang

artinya responden beranggapan bahwa pada Objek wisata Danau Toba terdapat tour guide yang mampu memahami kondisi wisatawan muslim ke objek wisata tersebut. Tanggapan responden untuk indikator Communication yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,32 pada pernyataan Informasi mengenai Objek wisata Danau Toba terkait pariwisata ramah Muslim sangat baik. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Communication diperoleh angka sebesar 3,51 dan termasuk dalam kriteria baik.

Tanggapan dari responden mengenai variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba dengan indikator Environment dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator Environment

Pernyataan	Kriteria / Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Kedatangan wisatawan Muslim domestik sangat banyak yang mengunjungi wisata Danau Toba	Sangat Setuju (SS)	5	49	49%	245	4,34	Sangat Baik
	Setuju (S)	4	42	42%	168		
	Cukup Setuju (CS)	3	5	5%	15		
	Tidak Setuju (TS)	2	2	2%	4		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	2%	2		
	Jumlah		100	100%	434		
Terdapat akses Wi-Fi atau internet dengan kapasitas atau coverage yang baik	Sangat Setuju (SS)	5	49	49%	245	4,32	Sangat Baik
	Setuju (S)	4	41	41%	164		
	Cukup Setuju (CS)	3	5	5%	15		
	Tidak Setuju (TS)	2	3	3%	6		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	2%	2		
	Jumlah		100	100%	432		
Objek wisata Danau Toba tidak memiliki rencana dalam penyelenggaraan pariwisata halal	Sangat Setuju (SS)	5	39	39%	195	3,97	Baik
	Setuju (S)	4	37	37%	148		
	Cukup Setuju (CS)	3	11	11%	33		
	Tidak Setuju (TS)	2	8	8%	16		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5%	5		

	Jumlah	100	100%	397		
Rata-rata Indikator Environment					4,21	Sangat Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.15 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Environment yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Kedatangan wisatawan Muslim domestik sangat banyak yang mengunjungi wisata Danau Toba. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 4,34 dan termasuk dalam kriteria Sangat baik yang artinya responden beranggapan bahwa wisatawan Muslim domestik sangat banyak yang mengunjungi wisata Danau Toba hal ini dikarenakan mayoritas penduduk Sumatera Utara dan provinsi sekitarnya beragama Islam. Tanggapan responden untuk indikator Environment yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,97 pada pernyataan Objek wisata Danau Toba tidak memiliki rencana dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Environment diperoleh angka sebesar 4,21 dan termasuk dalam kriteria Sangat baik.

Tanggapan dari responden mengenai variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba dengan indikator Service dapat dilihat pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4. 16
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Wisata Halal Danau Toba Dengan Indikator Services

Pernyataan	Kriteria / Jawaban	Bo bot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Objek wisata Danau Toba memiliki akomodasi Restoran Halal	Sangat Setuju (SS)	5	33	33%	165	3,64	Baik
	Setuju (S)	4	29	29%	116		
	Cukup Setuju (CS)	3	18	18%	54		

	Tidak Setuju (TS)	2	9	9%	18		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	11	11%	11		
	Jumlah		100	100%	364		
Objek wisata Danau Toba menyediakan Tempat Ibadah bagi umat Islam	Sangat Setuju (SS)	5	36	36%	180	3,70	Baik
	Setuju (S)	4	32	32%	128		
	Cukup Setuju (CS)	3	11	11%	33		
	Tidak Setuju (TS)	2	8	8%	16		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	13	13%	13		
	Jumlah		100	100%	370		
Tersedia daya tarik wisata alam/ budaya / buatan yang memiliki restoran bersertifikat halal, dilengkapi dengan toilet dan musala yang berstandar pariwisata ramah Muslim	Sangat Setuju (SS)	5	26	26%	130	3,69	Baik
	Setuju (S)	4	36	36%	144		
	Cukup Setuju (CS)	3	25	25%	75		
	Tidak Setuju (TS)	2	7	7%	14		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	6	6%	6		
	Jumlah		100	100%	369		
Rata-rata Indikator Services						3,68	Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.16 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Services yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Objek wisata Danau Toba menyediakan Tempat Ibadah bagi umat Islam. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 3,70 dan termasuk dalam kriteria baik yang artinya responden beranggapan bahwa akses menuju Objek wisata Danau Toba memadai dan mudah diakses. Tanggapan responden untuk indikator Services yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,64 pada pernyataan Objek wisata Danau Toba memiliki akomodasi Restoran Halal. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Services diperoleh angka sebesar 3,68 dan termasuk dalam kriteria baik.

5. Analisis Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru

Penggunaan metode deskripsi bertujuan menjelaskan bagaimana hasil tanggapan responden terhadap angket mengenai variabel yang telah disebarkan kepada responden untuk diisi. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) yang dibagi menjadi empat yaitu Minat transaksional, Minat referensial, Minat preferensial dan Minat eksploratif dengan masing-masing 2 pernyataan per indikator. Tanggapan dari responden mengenai variabel Minat Berkunjung dengan indikator Minat transaksional dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut

Tabel 4. 17
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Transaksional

Pernyataan	Kriteria / Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Saya tidak mengunjungi Objek wisata Danau Toba karena memiliki masalah keuangan	Sangat Setuju (SS)	5	35	35%	175	3,78	Baik
	Setuju (S)	4	31	31%	124		
	Cukup Setuju (CS)	3	18	18%	54		
	Tidak Setuju (TS)	2	9	9%	18		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	7	7%	7		
	Jumlah			100	100%		
Objek wisata Danau Toba tidak memenuhi kebutuhan akomodasi halal	Sangat Setuju (SS)	5	35	35%	175	3,92	Baik
	Setuju (S)	4	37	37%	148		
	Cukup Setuju (CS)	3	17	17%	51		
	Tidak Setuju (TS)	2	7	7%	14		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4%	4		
	Jumlah			100	100%		
Rata-rata Indikator Minat transaksional						3,85	Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.17 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Minat transaksional yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Objek wisata Danau Toba tidak memenuhi kebutuhan

akomodasi halal. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 3,92 dan termasuk dalam kriteria baik yang artinya Objek wisata Danau Toba tidak memenuhi kebutuhan akomodasi halal untuk kunjungan wisatawan muslim. Tanggapan responden untuk indikator Minat transaksional yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,78 pada pernyataan Saya tidak mengunjungi Objek wisata Danau Toba karena memiliki masalah keuangan. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Minat transaksional diperoleh angka sebesar 3,85 dan termasuk dalam kriteria baik. Tanggapan dari responden mengenai variabel Minat Berkunjung (Y) dengan indikator Minat referensial dapat dilihat pada tabel 4.18 sebagai berikut

Tabel 4. 18
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat referensial

Pernyataan	Kriteria /Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Pengalaman dari orang sekitar tentang Objek wisata Danau Toba mendorong saya tidak ikut mengunjungi objek wisata tersebut	Sangat Setuju (SS)	5	35	35%	175	3,86	Baik
	Setuju (S)	4	33	33%	132		
	Cukup Setuju (CS)	3	21	21%	63		
	Tidak Setuju (TS)	2	5	5%	10		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	6	6%	6		
	Jumlah		100	100%	386		
Dengan adanya pariwisata halal Objek wisata Danau Toba, saya mendapat kemudahan untuk mendapatkan yang saya butuhkan saat berwisata	Sangat Setuju (SS)	5	33	33%	165	3,65	Baik
	Setuju (S)	4	29	29%	116		
	Cukup Setuju (CS)	3	16	16%	48		
	Tidak Setuju (TS)	2	14	14%	28		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	8	8%	8		
	Jumlah		100	100%	365		
Rata-rata Indikator Minat referensial						3,76	Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.18 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Minat referensial yang memiliki rata-rata skor tertinggi

pada pernyataan Pengalaman dari orang sekitar tentang Objek wisata Danau Toba mendorong saya tidak ikut mengunjungi objek wisata tersebut. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 3,86 dan termasuk dalam kriteria baik yang artinya responden beranggapan bahwa terdapat pengalaman yang kurang menyenangkan dari orang lain saat berkunjung ke objek wisata Danau Toba. Tanggapan responden untuk indikator Minat referensial yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,65 pada pernyataan Dengan adanya pariwisata halal Objek wisata Danau Toba, saya mendapat kemudahan untuk mendapatkan yang saya butuhkan saat berwisata. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Minat referensial diperoleh angka sebesar 3,76 dan termasuk dalam kriteria baik.

Tanggapan dari responden mengenai variabel Minat Berkunjung (Y) dengan indikator preferensial dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut

Tabel 4. 19
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Preferensial

Pernyataan	Kriteria/ Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Saya mengunjungi objek wisata danau Toba karena menyediakan akomodasi halal	Sangat Setuju (SS)	5	29	29%	145	3,71	Baik
	Setuju (S)	4	36	36%	144		
	Cukup Setuju (CS)	3	19	19%	57		
	Tidak Setuju (TS)	2	9	9%	18		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	7	7%	7		
	Jumlah			100	100%		
Wisata halal Objek wisata Danau Toba tidak memenuhi kebutuhan saya dan keluarga.	Sangat Setuju (SS)	5	49	49%	245	4,24	Sangat Baik
	Setuju (S)	4	37	37%	148		
	Cukup Setuju (CS)	3	7	7%	21		
	Tidak Setuju (TS)	2	3	3%	6		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4	4%	4		
	Jumlah			100	100%		
Rata-rata Indikator Minat preferensial						3,98	Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.19 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator preferensial yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Wisata halal Objek wisata Danau Toba tidak memenuhi kebutuhan saya dan keluarga. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 4,24 dan termasuk dalam kriteria sangat baik yang artinya responden beranggapan bahwa Wisata halal Objek wisata Danau Toba sangat diharapkan wisatawan muslim karena merupakan kebutuhan wisatawan dan keluarga saat melakukan perjalanan wisata. Tanggapan responden untuk indikator preferensial yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 3,71 pada pernyataan Saya mengunjungi objek wisata danau Toba karena menyediakan akomodasi halal. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator preferensial diperoleh angka sebesar 3,98 dan termasuk dalam kriteria baik. Tanggapan dari responden mengenai variabel Minat Berkunjung (Y) dengan indikator Minat eksploratif dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut

Tabel 4. 20
Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru Dengan Indikator Minat Eksploratif

Pernyataan	Kriteria /Jawaban	Bobot	Jumlah Orang	%	Skor	Rata-rata	Kriteria
Banyaknya informasi tentang akomodasi halal yang kurang baik sehingga saya tidak mengunjungi Objek wisata Danau Toba	Sangat Setuju (SS)	5	47	47%	235	4,25	Sangat Baik
	Setuju (S)	4	39	39%	156		
	Cukup Setuju (CS)	3	9	9%	27		
	Tidak Setuju (TS)	2	2	2%	4		
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	3%	3		
	Jumlah			100	100%		
Saya tidak berminat mengunjungi Objek wisata Danau Toba karena keluarga, teman dan tetangga menyatakan kalau	Sangat Setuju (SS)	5	45	45%	225	4,18	Baik
	Setuju (S)	4	37	37%	148		
	Cukup Setuju (CS)	3	11	11%	33		
	Tidak Setuju (TS)	2	5	5%	10		
	Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	2		

akomodasi halal akan menjadi kendala saat kunjungan.	(STS)					
	Jumlah	100	100%	418		
Rata-rata Indikator Minat eksploratif					4,22	Sangat Baik

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.20 diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator Minat eksploratif yang memiliki rata-rata skor tertinggi pada pernyataan Banyaknya informasi tentang akomodasi halal yang kurang baik sehingga saya tidak mengunjungi Objek wisata Danau Toba. Dari hasil perhitungan rata-rata skor tertinggi diperoleh angka sebesar 4,25 dan termasuk dalam kriteria sangat baik yang artinya responden beranggapan bahwa informasi tentang akomodasi halal yang kurang baik saat teman atau keluarga melakukan kunjungan mempengaruhi wisatawan tidak mengunjungi Objek wisata Danau Toba.

Tanggapan responden untuk indikator Minat eksploratif yang memiliki rata-rata skor terendah diperoleh angka sebesar 4,18 pada pernyataan Saya tidak berminat mengunjungi Objek wisata Danau Toba karena keluarga, teman dan tetangga menyatakan kalau akomodasi halal akan menjadi kendala saat kunjungan. Sedangkan dari hasil perhitungan rata-rata skor indikator Minat eksploratif diperoleh angka sebesar 4,22 dan termasuk dalam kriteria sangat baik.

6. Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau mendapatkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel

terikat. Data hasil tanggapan responden mengenai variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru kemudian di distribusikan ke dalam program SPSS versi 20 untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel tersebut.

Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru :

Tabel 4. 21
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	1,393		,341	,734
	Persepsi Penerapan Wisata Halal (X)	,612	,083	,705	4,692	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 2.0, 2021

Dari tabel 4.20 maka persamaan regresi linier dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

$$Y = 0,474 + 0,612 X_1$$

Persamaan regresi linier sederhana diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 0,713 yang berarti apabila Persepsi Penerapan Wisata Halal nilainya adalah nol, Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru adalah 0,713 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal sebesar 0,612 yang berarti Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru akan mengalami kenaikan sebesar 0,612 satuan. Koefisien bernilai positif artinya Persepsi

Penerapan Wisata Halal yang baik akan meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru.

b. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada alpha 5% (0,05) dengan *degree of freedom* (df) = $t(a/2; n - k - 1 = t(0,025; 98) = 0,200$.

Tabel 4. 22
Analisis Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	1,393		,341	,734
	Persepsi Penerapan Wisata Halal (X)	,612	,083	,705	4,692	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 2.0, 2022

Syarat : $t_{hitung} > t_{tabel}$, Signifikan 0,05

Persepsi Penerapan Wisata Halal (X) berdasarkan hasil output menggunakan uji diperoleh t_{hitung} sebesar $4,692 > t_{tabel} 0,200$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka Hipotesis diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara Persepsi Penerapan Wisata Halal berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh *Adjusted R-Square* pada saat variabel independen lebih dari satu (regresi linier sederhana) dan apabila koefisien determinasi mendekati satu berarti terdapat hubungan yang kuat.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Tabel 4. 23
Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761 ^a	,673	,875	1,30909

a. Predictors: (Constant), Persepsi Penerapan Wisata Halal (X)
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru (Y)
Sumber : Data Olahan SPSS 2.0, 2021

Hasil regresi ini memberikan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,673 artinya 67,3% variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru (Y) dijelaskan oleh variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal (X), sedangkan 32,7% dijelaskan oleh variabel - variabel lainnya yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Dari hasil perhitungan rata-rata skor keseluruhan pernyataan untuk variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal diperoleh angka sebesar 3,68 dan termasuk dalam kriteria baik sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Penerapan Wisata Halal baik untuk diterapkan dalam mengakomodir kunjungan wisatawan muslim untuk berkunjung ke Objek wisata Danau Toba.

Untuk mengetahui bagaimana rekapitulasi tanggapan responden mengenai Variabel ersepsi Penerapan Wisata Halal, dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut ini:

Tabel 4. 24

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Access	3,31	Baik
2	Communication	3,51	Baik
3	Environment	4,21	Sangat Baik
4	Services	3,68	Baik

Rata-rata	3,68	Baik
-----------	------	------

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba memperoleh jawaban responden dengan nilai rata-rata secara keseluruhan 3,68 dengan kategori baik artinya saat ini persepsi masyarakat kota Pekanbaru mengenai penerapan wisata halal Danau Toba dari sisi Access, Communication, Environment dan Services baik untuk diterapkan. Rata-rata paling tinggi sebesar 4,21 dengan kategori sangat baik pada indikator Environment, Responden memiliki persepsi bahwa Kedatangan wisatawan Muslim domestik sangat banyak yang mengunjungi wisata Danau Toba karena tersedianya akses Wi-Fi atau internet dengan kapasitas atau coverage yang baik, selain itu Objek wisata Danau Toba memiliki rencana dalam penyelenggaraan pariwisata halal kedepannya. Rata-rata paling rendah sebesar 3,32 dengan kategori cukup baik pada indikator Access, Responden memiliki persepsi bahwa Objek wisata Danau Toba sedikit sulit dijangkau bagi wisatawan Kota Pekanbaru, selain itu objek wisata Danau Toba memiliki akses transportasi kurang memadai serta biaya transportasi ke Objek wisata Danau Toba sedikit lebih mahal dibandingkan objek wisata lainnya.

Sedangkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru (Y), dapat dilihat pada tabel 4.25 berikut ini:

Tabel 4. 25

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Minat transaksional	3,85	Baik
2	Minat referensial	3,76	Baik

3	Minat preferensial	3,98	Sangat Baik
4	Minat eksploratif	3,95	Baik
Rata-rata		3,89	Baik

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai variabel Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru memperoleh jawaban responden dengan nilai rata-rata secara keseluruhan 3,95 dengan kategori baik artinya Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru ke Objek wisata Danau Toba cukup baik, hal ini terlihat dari beberapa indikator yaitu Minat transaksional, Minat referensial, Minat preferensial dan Minat eksploratif.

Rata-rata paling tinggi sebesar 4,21 dengan kategori sangat baik pada indikator Minat eksploratif, Responden menemukan bahwa banyaknya informasi tentang akomodasi halal yang kurang baik sehingga mengalami kendala dalam mengunjungi Objek wisata Danau Toba, selain itu responden mengalami kendala dalam mengunjungi Objek wisata Danau Toba karena keluarga, teman dan tetangga menyatakan kalau akomodasi halal akan menjadi kendala saat kunjungan.

Rata-rata paling rendah sebesar 3,76 dengan kategori baik pada indikator Minat referensial, Responden mendapatkan informasi dari pengalaman dari orang sekitar tentang Objek wisata Danau Toba mendorong saya tidak ikut mengunjungi objek wisata tersebut. Selain itu wisatawan berharap dengan adanya pariwisata halal Objek wisata Danau Toba, mampu menyediakan akomodasi yang lebih baik yang saya butuhkan saat berwisata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal memiliki skor tertinggi pada indikator Environment sebesar 4,21 atau kategori Sangat Baik. Variabel Minat Kunjungan Wisatawan memiliki skor tertinggi pada indikator Minat preferensial dengan skor 3,98 atau berkategori Baik.
2. Berdasarkan pada hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan Persepsi Penerapan Wisata Halal memiliki terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Apabila variabel Penerapan Wisata Halal ditingkatkan maka akan terjadi peningkatan pada Kunjungan Wisatawan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dan memperluas pengetahuan, antara lain:

1. Mengingat variabel Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba indikator Environment sebesar 4,21 atau kategori Sangat Baik dalam mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru, maka sebaiknya disarankan

menyediakan lebih banyak lagi akomodasi dalam menyambut kedatangan wisatawan Muslim.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya Penelitian ini hanya meneliti tentang Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kota Pekanbaru. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari variabel lain diluar tentang Persepsi Penerapan Wisata Halal Danau Toba dan Minat Berkunjung Wisatawan karena telah terbukti saling mempengaruhi satu sama lain. maka peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini seperti strategi Dinas Pariwisata atau promosi danau Toba dan lain-lain agar memperoleh hasil yang lebih variatif serta memperkaya teori yang ada, sehingga dapat memberikan pengetahuan dibidang komunikasi.
3. Objek penelitian dan ruang lingkup yang berbeda akan memberikan hasil penelitian yang berbeda, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menggunakan ruang lingkup populasi yang lebih luas serta sampel yang lebih banyak agar dapat memberikan hasil yang semakin spesifik

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2018. Pengantar Metode Penelitian. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2014. Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek. Rineka Cipta: Jakarta
- Awwal, Muhammad Al Faridho. 2019. Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata Halal Pada Lima Kabupaten / Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. JUMPA Volume 6, Nomor 1.
- Bungin, Burhan. 2012. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kencana: Jakarta
- Cangara, Hafied. 2013. Perencanaan & Strategi Komunikasi. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Ghufrani, Mifthah. 2020. Perspektif Wisatawan Terhadap Brand Awareness Wisata Halal Sumatera Barat. Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam Vol. 7 No. 2 (Edisi) 2020
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin., Lane. 2019. Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana: Jakarta
- Mariyanti, Eka. 2018. Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah Di Kota Padang. Volume IV No. 1 .
- Maulana, Ahmad. 2020. Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Wisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
- Muhammad, Arni. 2014. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta. ANDI.
- Ningsih. 2019. Persepsi Wisatawan Tentang Wisata Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Di Lokasi Wisata Tanjung Bira. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Sari, Firdausa Kumala. 2019. Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking Vol. 2, No. 2.

- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. PT Fajar Interpratama Mandiri: Jakarta.
- Sofyan, Riyanto. 2013. Bisnis Ekonomi Syariah Mengapa Tidak ?. Jakarta. : PT. Gramedia Utama.
- Sudjana, Nana. dan Ibrahim. 2007. Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Sinar Baru Algensindo: Bandung
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Administrasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.: Bandung
- _____. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Sulistiyari, Ikanita Novirina, 2012, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), Diponegoro Journal of Management, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012.
- Tarigan, Rose Emmaria. 2020. Penolakan Publik terhadap Program Wisata Halal Danau Toba. *Journal of Communication* Vol. 4, No. 1.
- Tarigan, Rose Emmaria. 2020. Penolakan Publik terhadap Program Wisata Halal Danau Toba. Nyimak: *Journal of Communication* Vol. 4, No. 1.
- Vardiansyah, Dani. 2013. Pengantar Ilmu Komunikasi. Pendekatan Taksonomi Konseptual. Ghalia
- Yuliani, 2013, Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (DISBUDPAR) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Desa Pampang Samarinda '. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1,3 / 451-455.
- Yusuf, Bintang Akbar. 2020. Persepsi tentang Pariwisata Halal dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung ke Thailand.