

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG PADA WISATA RELIGI
MASJID AGUNG ISLAMIC CENTRE ROKAN HULU**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian dari Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau*



Oleh :

RATI ELNAWIRA
NPM : 132310068

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rati Elnawira
NPM : 132310068
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya, dan dapat dipertanggung jawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah Plagiat dari orang, dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 27 April 2020

Yang membuat pernyataan



Rati Elnawira
132310068



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan 28284; Pekanbaru, Riau, Indonesia

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT
No. 56/A-EKIS/FAI-UIR/IV/2020

Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

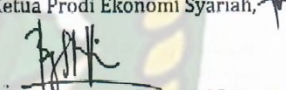
Nama	RATI ELNAWIRA
NPM	132310068
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG PADA WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTRE ROKAN HULU.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 27 April 2020

Ketua Prodi Ekonomi Syariah,


Boy Svamsul Bakhri, S.E., M.Sc., Ak
NIDN. 1012097002



CENTER FOR LANGUAGES AND ACADEMIC DEVELOPMENT

مركز اللغات والتطوير الأكاديمي

FAKULTAS AGAMA ISLAM - UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No.113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284, Email : celaduir@gmail.com

**SURAT BUKTI
PENERJEMAHAN ABSTRAK BAHASA ARAB-INGGRIS**

IDENTITAS MAHASISWA/I

1. Nama : RATI ELNAWIRA
2. NPM : 132310068
3. Fakultas/Jurusan : Fakultas Agama Islam/Ekonomi Syariah
4. Judul Skripsi : *Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Religi Mesjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu*
5. Pembimbing I : Boy Syamsul Bakhri, SE., M.Sc.Ak
6. Pembimbing II : -

Dengan ini, lembaga CELAD FAI-UIR menyatakan bahwa mahasiswa/i dengan data yang tertera di atas, telah benar-benar melakukan penerjemahan Abstrak Skripsi miliknya di lembaga CELAD FAI-UIR, dengan nomor registrasi: 39/A-2/2020.

Pekanbaru, 24/06/2020

Ketua CELAD FAI-UIR,



Alifra, Lc. M.Pd

NIDN : 1013078302

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau. Selanjutnya shalawat dan salam juga penulis hadiahkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan nilai tauhid dan jalan kebenaran kepada umat-Nya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tentu menyadari masih banyak kekurangan, keterbatasan kemampuan dan cakrawala berfikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu”**.

Penulis tertarik meneliti di Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu karena saat ini Masjid megah yang terletak di Kota Pasir Pengaraian tersebut menjadi salah satu destinasi wisata religi di Kabupaten Rokan Hulu yang banyak diminati dan dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal itu melatarbelakangi penulis untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara moril

maupun materil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr.H.Syafrinaldi, SH.M.C.L.
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Muhammad Arif, SE, MM.
4. Dosen pembimbing Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, A.k yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran dan nasehat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Staf Pegawai Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Akhir Kata, semoga segala saran, masukan, bimbingan, nasehat yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan yang lebih baik dan menjadi amal shaleh, Aamiin yaa Rabbal'Alamin.

Pekanbaru, Juni 2020

Penulis

Rati Elnawira

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
ملخص	xix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Pariwisata.....	12
1. Defenisi Wisata.....	12
2. Tipologi Wisatawan.....	14
3. Pemasaran Pariwisata.....	16
4. Wisata Dalam Pandangan Islam.....	17
B. Wisata Religi.....	21

1. Pengertian Wisata Religi	21
2. Perbedaan Wisata Syariah, Wisata Konvensional dan Wisata Religi	23
3. Fungsi Wisata Religi	25
4. Bentuk-bentuk Wisata Religi	25
5. Manfaat dan Tujuan Wisata Religi	26
6. Peran Wisata Religi Membentuk Karakter Religius	26
C. Proses Pengambilan Keputusan	29
1. Proses Pengambilan Keputusan Berwisata	34
2. Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Wisatawan	35
D. Penelitian Relevan	36
E. Variabel Penelitian	38
1. Variabel Independen	38
2. Variabel Dependen	38
F. Konsep Operasional	39
G. Kerangka Berfikir	40
H. Hipotesis	41

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Subjek dan Objek Penelitian	43
D. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43

2. Sampel	43
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
1. Sumber Data	44
2. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	46
1. Teknik Pengolahan Data	46
2. Teknik Analisis Data	47
G. Uji Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	48
H. Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Normalitas.....	48
2. Uji Multikorelasi.....	48
3. Uji Heterokedatisitas.....	49
4. Uji Autokorelasi.....	49
I. Uji Hipotesis.....	50
1. Analisis Regresi Linear Berganda	50
2. Uji-t (Uji Parsial)	50
3. Uji-F (Uji Simultan).....	51
4. Koefisien Korelasi	52
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	52

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kabupaten Rokan Hulu.....	54
------------------------------	----

1. Sejarah Singkat Kabupaten Rokan Hulu	54
2. Kondisi Geografis Kabupaten Rokan Hulu	55
B. Profil Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	57
1. Sejarah Singkat Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ..	57
2. Visi dan Misi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	62
3. Program Kemakmuran Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	63
4. Sarana dan Prasarana Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	63
C. Deskripsi Data.....	64
1. Identitas Responden.....	64
2. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	67
3. Faktor-faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung	84
D. Analisis Data.....	88
1. Uji Instrumen Penelitian	88
a. Uji Validitas	88
b. Uji Reliabilitas	90
2. Uji Asumsi Klasik.....	91
a. Uji Normalitas	91
b. Uji Multikolinieritas.....	92

c. Uji Heteroskedastisitas	92
d. Uji Autokorelasi	93
3. Uji Hipotesis	94
a. Analisis Regresi Linear Berganda	94
b. Uji-t (Uji Parsial).....	97
c. Uji-F (Uji Simultan).....	100
d. Koefisien Korelasi.....	101
e. Koefisien Determinasi (R^2)	101
E. Pembahasan.....	102
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1:	Perkembangan Jumlah Wisatawan Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tahun 2016-2019.....	6
Tabel 2:	Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi	23
Tabel 3:	Konsep Operasional	39
Tabel 4:	Jenis dan Jadwal Kegiatan Penelitian.....	42
Tabel 5:	Skor Alternatif Pilihan Jawaban Angket.....	45
Tabel 6:	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 7:	Jenis Kelamin Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	64
Tabel 8:	Umur Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	65
Tabel 9:	Pendidikan Terakhir Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	65
Tabel 10:	Pekerjaan Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	66
Tabel 11:	Penghasilan Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	66
Tabel 12:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Menambah Semangat Dalam Beribadah.....	67

Tabel 13: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Memperkuat Keyakinan Kepada Allah SWT.....	68
Tabel 14: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Menambah Pengetahuan Tentang Manfaat Mengunjungi Wisata Religi	69
Tabel 15: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Membuat Perasaan Menjadi Tenang dan Damai Karena Merasa Lebih Dekat Kepada Allah SWT	69
Tabel 16: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Memotivasi Untuk Menjaga Keindahan Alam Ciptaan Allah SWT	70
Tabel 17: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Karakteristik Sosial Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	71
Tabel 18: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Tingkat Pendapatan Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	71

Tabel 19: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Usia Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	72
Tabel 20: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Jenjang Pendidikan Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	72
Tabel 21: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Pengalaman Sebelumnya Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	73
Tabel 22: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Mengunjungi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat Memotivasi untuk Meningkatkan Karakter Religiusitas di dalam Diri	74
Tabel 23: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Merasa Terkesan Melihat Keindahan Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	74
Tabel 24: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Nilai-nilai Agama yang Dianut Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	75
Tabel 25: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Kualitas Destinasi Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu....	75

Tabel 26:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Persepsi Masyarakat Mengenai Citra Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	76
Tabel 27:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Jarak yang Ditempuh Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tidak Terlalu Jauh	77
Tabel 28:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Lama Tinggal di Daerah Tujuan Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	77
Tabel 29:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Waktu yang Ditempuh Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tidak Terlalu Lama	78
Tabel 30:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Biaya Transportasi Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Masih Terjangkau.....	78
Tabel 31:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Resiko Ketidakpastian Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	79
Tabel 32:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Kepercayaan Terhadap Biro Perjalanan Wisata Mempengaruhi Wisatawan	

	untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	79
Tabel 33:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Keindahan Menara 99 M Asmaul Husna Membuat Wisatawan Tertarik untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	80
Tabel 34:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Pelayanan Pemandu Wisata yang Ramah dan Sopan Santun Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	81
Tabel 35:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Fasilitas yang Lengkap dan Nyaman Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	81
Tabel 36:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Situasi Politik dikawasan Wisata yang Aman dan Kondusif Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	82
Tabel 37:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Akses Menuju Objek Wisata yang Mudah dijangkau dan Strategis Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	82

Tabel 38:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Perilaku Masyarakat Lokal yang Ramah Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	83
Tabel 39:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Keindahan Arsitektur Bangunan Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung.....	84
Tabel 40:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Karena Keinginan Sendiri.....	85
Tabel 41:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Tidak Mendapat Hambatan Dalam Memperoleh Informasi Mengenai Destinasi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	85
Tabel 42:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Merupakan Pilihan yang Tepat Dibandingkan Wisata Konvensional Lainnya.....	86
Tabel 43:	Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Memutuskan untuk Mengunjungi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Guna Memperoleh Ilmu dan Hikmah yang Bermanfaat.....	86

Tabel 44: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Merasa Puas Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	87
Tabel 45: Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 46: Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 47: Hasil Uji Normalitas.....	91
Tabel 48: Hasil Uji Multikolinieritas.....	92
Tabel 49: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	93
Tabel 50: Hasil Uji Autokorelasi.....	94
Tabel 51: Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
Tabel 52: Hasil Uji-t (Uji Parsial).....	97
Tabel 53: Hasil Uji-F (Uji Simultan).....	100
Tabel 54: Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	101
Tabel 55: Hasil Koefisien Determinasi.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Proses Pembelian	29
Gambar 2: Kerangka Berfikir	40
Gambar 3: Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	58
Gambar 4: Lokasi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.....	58
Gambar 5: Seni Kaligrafi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	61



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keterangan Penetapan Dosen Pembimbing dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Lampiran 2: Surat Keterangan Permohonan Pra Riset dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Lampiran 3: Surat Keterangan Permohonan Riset dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Lampiran 4: Surat Keterangan Rekomendasi Pelaksanaan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Rokan Hulu.
- Lampiran 5: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu.
- Lampiran 6: Laporan Jumlah Pengunjung Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2017-2019.
- Lampiran 7: Struktur Organisasi Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
- Lampiran 8: Angket Penelitian.
- Lampiran 9: Tabulasi Data Responden.
- Lampiran 10: Rekapitulasi Data Angket Responden.
- Lampiran 11: Hasil Output *SPSS* dari Hasil Uji Instrumen.
- Lampiran 12: Hasil Output *SPSS* dari Hasil Uji Asumsi Klasik.
- Lampiran 13: Hasil Output *SPSS* dari Hasil Uji Hipotesis.
- Lampiran 14: Dokumentasi Penelitian.

ABSTRAK

VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG PADA WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTRE ROKAN HULU

RATI ELNAWIRA
132310068

Penelitian ini dilatarbelakangi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu menjadi salah satu destinasi wisata religi di Kabupaten Rokan Hulu yang banyak diminati dan dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dimana wisata religi merupakan salah satu fenomena yang saat ini mulai memasyarakat dengan banyaknya aktifitas atau kegiatan yang dikaitkan dengan wisata religi. Rumusan masalahnya adalah variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yang menggunakan metode kausalitas. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan sample random sampling dengan teknik pengumpulan data observasi, kuesioner dan dokumentasi. Dalam menganalisis data kuantitatif digunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS for Windows versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji parsial terdapat pengaruh signifikan antara faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 89,3% sehingga memiliki hubungan yang kuat. Kelima variabel bebas tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan wisatawan dapat dilihat dari F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($74,056 > 2,20$). Kesimpulannya adalah terdapat kontribusi antara kelima variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi sebesar 78,7% dan sisanya 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, jadi kelima variabel bebas mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan sehingga memiliki hubungan yang kuat.

Kata Kunci: Pariwisata, Wisata Religi, Wisatawan.

ABSTRACT

VARIABLES INFLUENCING TOURISTS' DECISION ON VISITING RELIGIOUS TOURISM OF ISLAMIC CENTER AGUNG MOSQUE IN ROKAN HULU REGENCY

RATI ELNAWIRA
132310068

This study is motivated by the Islamic Center Agung Mosqueto be one of the religious tourism destinations in Rokan Hulu Regency which is much in demand and visited by both local and foreign tourists. Currently, religious tourism is one of phenomena that starts to be more popular with various activities associated with religious tourism. The problem formulation of this study is the variables influencing tourists' decision on visiting religious tourism of Islamic Center Agung Mosque in Rokan Hulu regency. This study aims to investigate the variables influencing tourists' decision on visiting religious tourism of Islamic Center Agung Mosque in Rokan Hulu regency. The type of this study is field research with causality method. Data sources consist of primary and secondary data. The sample of this study consists of 100 people. The sampling technique used is random sampling. The data collection technique involves observation, questionnaire and documentation. The quantitative data are analyzed by using multiple linear regression analysis performed in SPSS for Windows version 23.0. Based on the results of partial test, it is found that there is a significant influence of the factors of religiosity, tourist characteristics, awareness of the benefits of traveling, trip overview and the superiority of tourist destination on tourists' decision. It is known that the correlation coefficient of 89.3%, it means that it has a strong relationship. All the five independent variables have a significant influence on tourists' decision, it can be seen from the F-count is greater than F-table ($74.056 > 2.20$). In conclusion, there are contributions of the five independent variables (X) to the dependent variable (Y). The coefficient of determination is 78.7% and the remaining 21.3% is influenced by other variables which are not included in this study. In other words, the five independent variables have a strong influence on the tourists' decision.

Keywords: Tourism, Religious Tourism, Tourists.

ملخص

المتغيرات التي تؤثر على قرار السياح عند زيارة السياحة الدينية في المسجد الكبير المركز

الإسلامي في روكان هولو

راتي أنويره

132310068

الدافع وراء هذا البحث هو المسجد الكبير المركز الإسلامي في روكان هولو حيث يكون واحدًا من وجهات السياحة الدينية في محافظة روكان هولو التي يكثر جذب الانتباه عليها ويزورها السياح، سواء من السياح المحليين أو الأجانب. السياحة الدينية هي ظاهرة بدأت في الانتشار حاليًا مع العديد من الأنشطة أو الأنشطة المرتبطة بالسياحة الدينية. صياغة المشكلة هي المتغيرات التي تؤثر على قرار السياح عند زيارة السياحة الدينية في المسجد الكبير المركز الإسلامي في روكان هولو. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد المتغيرات التي تؤثر على قرار السياح عند زيارة السياحة الدينية في المسجد الكبير المركز الإسلامي في روكان هولو. هذا النوع من البحث هو بحث ميداني يستخدم طريقة السببية. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. كانت العينة في هذه الدراسة 100 شخص. تستخدم تقنية أخذ العينات عينات عشوائية مع تقنيات الملاحظة والاستبيان وتوثيق جمع البيانات. في تحليل البيانات الكمية المستخدم تحليل الانحدار الخطي متعددة باستخدام SPSS لنظام التشغيل Windows الإصدار 23.0. أوضحت النتائج أن الاختبار الجزئي كان له تأثير كبير بين عوامل التدين وعوامل الخصائص السياحية والوعي بفوائد السفر وصورة الرحلة وتفوق الوجهة السياحية على اتخاذ القرار السياحي. من المعروف أن معامل الارتباط 89.3% لذلك لديه علاقة قوية. المتغيرات الخمسة المستقلة معًا لها تأثير كبير على قرار السياح، ويمكن رؤيتها من الحساب $F > 2.20$ أكبر من الجدول $F_{74.056}$. الاستنتاج هو أن هناك مساهمات بين المتغيرات المستقلة الخمسة (X) للمتغير التابع (Y). يبلغ معامل التحديد 78.7% والباقي 21.3% يتأثر بمتغيرات أخرى غير مدرجة في هذه الدراسة، وبالتالي فإن المتغيرات الخمسة المستقلة تؤثر على اتخاذ القرار السياح بحيث يكون لديهم علاقة قوية.

الكلمات المفتاحية: السياحة ، السياحة الدينية ، السياح.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi budaya, suku bangsa, ras, bahasa daerah, agama dan kepercayaan. Indonesia juga merupakan Negara dengan potensi kekayaan alam yang luar biasa. Kekayaan sumber daya alam yang tersebar dari Sabang sampai Merauke tersebut jika dikelola dengan baik tentu dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan Indonesia. Sumber daya alam ini dapat diolah dan didayagunakan serta mampu menguntungkan bagi Indonesia misalnya dalam segi ekonomi yakni menambah pendapatan devisa Negara (Cheriatna, 2018: 1).

Salah satu bidang yang menjadi penyumbang devisa terbesar untuk Negara Indonesia adalah bidang pariwisata yang mana pada tahun 2016 lalu Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai Wisata Halal Dunia atau lebih dikenal sebagai *World Halal Tourism Award*. Penghargaan ini diharapkan mampu menambahkan Produk Domestik Bruto (PDB), devisa Negara, dan jumlah lapangan pekerjaan (Cheriatna, 2018: 17).

Pariwisata di Indonesia semakin berkembang dan mampu bersaing dengan Negara-negara lainnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Wisata itu sendiri merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok untuk sekedar

rekreasi, mempelajari keunikan di daerah tersebut ataupun pengembangan pribadi dalam jangka waktu yang sementara.

Riau merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki beragam pesona keindahan alamnya yang patut untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Provinsi Riau memiliki segudang tempat wisata yang patut dikunjungi diantaranya adalah wisata alam, wisata religi, wisata keluarga, dan masih banyak lagi wisata lainnya yang tersebar di seluruh wilayah yang ada di Provinsi Riau.

Setiap daerah memiliki potensi wisata yang beranekaragam mulai dari wisata alam, wisata kuliner, wisata bahari, wisata religi dan lain sebagainya. Menurut Sucipto dan Fitria Andayani (2014: 42) wisata religi berkaitan erat dengan agama sebagai motif seseorang dalam melakukan perjalanan rekreasi atau melancong. Setiap orang memiliki motif yang berbeda dalam melakukan perjalanan rekreasi tersebut. Apabila niatan dalam hatinya untuk tujuan Islami yang diridhai Allah dan sejalan dengan agama, maka perjalanan tersebut dapat dikatakan wisata religi. Apalagi objek-objek yang dituju adalah objek-objek yang bersejarah dan berkaitan erat dengan Islam.

Wisata religi merupakan salah satu fenomena yang saat ini mulai memasyarakat, hal itu dibuktikannya banyak aktifitas atau kegiatan yang dikaitkan dengan wisata religi. Dibeberapa kelompok masyarakat, wisata religi ini sering dijadikan sebagai kegiatan rutinitas baik bulanan, tahunan dan lain sebagainya.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi seseorang untuk mengadakan perjalanan. Kebanyakan orang bepergian atau berwisata dengan tujuan untuk bersenang-senang seperti tujuan wisatawan pada umumnya. Tetapi tidak jarang sebagian orang memanfaatkan waktu berwisata sekaligus menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan tentang sesuatu hal yang mungkin tidak didapatkan dari daerah asalnya.

Perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri sendiri (faktor internal) seperti kesehatan, pendidikan, keuangan, dan faktor dari luar (faktor eksternal) seperti iklim, letak geografis, *special event* dan lain sebagainya. Sehingga keberadaan industri pariwisata sangat penting agar dapat memenuhi keinginan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata (Amalina, 2018: 2).

Rokan Hulu merupakan salah satu dari 12 Kabupaten yang ada di Provinsi Riau. Kabupaten Rokan Hulu dijuluki dengan Negeri Seribu Suluk dimana terdapat banyak masyarakat yang melaksanakan zikir disuatu tempat khusus (Surau) yang disebut dengan bersuluk. Ibu Kota Kabupaten Rokan Hulu adalah Pasir Pengaraian yang memiliki jarak sekitar 180 kilometer dari Kota Pekanbaru. Kabupaten ini banyak memiliki tempat-tempat wisata indah dan menarik yang tidak kalah dengan wisata-wisata lainnya. Masjid Agung Islamic Centre yang telah menjadi icon Kabupaten Rokan Hulu yang dijuluki Negeri seribu suluk ini telah meningkatkan fungsi Masjid yang tidak hanya setakad tempat ibadah shalat, melainkan telah diperluas sesuai dengan motonya “Masjid sebagai sarana ibadah, meraih berkah meningkatkan marwah”.

Salah satu destinasi wisata religi di Rokan Hulu yang sangat menarik perhatian yaitu Masjid indah dan rapi penuh dengan seni, yang diberi nama Masjid Agung Islamic Centre (MAIC) yang mulai dibangun sejak tahun 2008 yang berada dilahan seluas 22 Hektar dengan luas bangunan mencapai 15.800 meter persegi. Setelah sekitar dua tahun pengerjaan, MAIC untuk pertama kali diresmikan sekaligus dioperasikan penggunaannya pada Jum'at 6 Agustus 2010. Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini dinobatkan sebagai Masjid percontohan paripurna terbaik se-Indonesia pada tahun 2015 oleh Kementerian Agama (KEMENAG) Republik Indonesia.

Pengelolaan Masjid ini sepenuhnya diurus oleh Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dibawah Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hulu. Dalam kesehariannya dibantu oleh pekerja professional lainnya yang terdiri dari pegawai sekretariat, cleaning service, pekerja taman, petugas keamanan dan kesehatan. Masjid ini juga memiliki beberapa jenis usaha, yang dikelola di Bisnis Centre Masjid Agung Islamic Centre, yaitu Madani Mart, Menara 99 Asmaul Husna, Studio Foto, Madani Muslim Store, Fitness Center, Klinik Psikiatri, Konseling Pernikahan, Choffee Shop, dan juga memiliki Convention yang bisa disewakan untuk berbagai kegiatan pemerintahan, pernikahan, serta kegiatan organisasi lainnya. Selain itu juga dilengkapi Perpustakaan Digital, Theater Mini, serta Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), SMP Tahfidz, MA/SMA Tahfidz dan Perguruan Tinggi yang khusus untuk dibina sebagai ahli tafsir Qur'an.

Salah satu yang mempengaruhi wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini adalah pelayanan yang dikelola

secara langsung oleh badan pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dengan cara menyambut dan memandu pengunjung melalui proses silaturahmi dan mengajak berkeliling melihat fasilitas-fasilitas yang ada dan memberikan informasi mengenai Masjid Agung Islamic Centre sehingga pengunjung mengetahui yang nantinya dari pelayanan ini mendapat respon dari pengunjung. Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini juga memiliki keindahan bangunan yang didesain mencontoh bentuk Masjid Nabawi yang ada di Madinah, keunikan dan prestasi yang menjadi daya tarik tersendiri oleh wisatawan/pengunjung. Hal ini dapat diamati dengan melihat banyaknya masyarakat baik dari dalam daerah maupun luar daerah yang melakukan kunjungan ke Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Umumnya mereka yang datang ke Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini selain untuk melaksanakan ibadah shalat mereka juga ingin melihat keindahan pembangunan Rokan Hulu yang luar biasa dari ketinggian 99 M. Saat ini selain arsitektur bangunan Masjidnya yang sangat megah Menara 99 Asmaul Husna ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang menikmati wisata religi di Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Bahkan saat ini Menara 99 Asmaul Husna ini menjadi penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar dari sektor pariwisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Rokan Hulu.

Setelah ditetapkan sebagai objek wisata religius beberapa waktu lalu, kunjungan wisatawan ke Masjid rmegah penuh pesona tersebut terus meningkat. Menurut catatan pengurus Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu kunjungan

masyarakat ke Masjid yang mampu menampung sekitar 10.000 jamaah, rata-rata 300 pengunjung hingga 500 pengunjung per harinya. Jumlah kunjungan akan meningkat pada hari libur kerja, hari besar keagamaan dan hari libur nasional. Seperti pada sabtu dan minggu lebih dari 1.000 pengunjung mengunjungi Masjid megah tersebut (Sumber: Data Olahan, 2019).

Berdasarkan hasil pra survei di Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu , jumlah wisatawan yang berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Perkembangan Jumlah Wisatawan Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tahun 2016-2019

NO	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2016	106.282
2	2017	110.753
3	2018	99.037
4	2019	68.077
Jumlah		384.149

Sumber: Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu 2019.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuatif jumlah wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Dapat dilihat pada tahun 2016 dengan jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 106.282 orang, pada tahun 2017 meningkat menjadi 110.753 orang, pada tahun 2018 jumlah wisatawan menurun menjadi 99.037 sedangkan pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung kembali menurun menjadi 68.077 orang. Dari tabel diatas terjadi fluktuasi.

Setelah mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu pada tahun 2017. Namun demikian dua tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2018 dan 2019 jumlah

pengunjung Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini mengalami penurunan yang sangat drastis. Maka diperlukan evaluasi mengenai variabel-variabel apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu”**.

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini untuk mengetahui Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

1. Apakah faktor religiusitas mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
2. Apakah Faktor karakteristik wisatawan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
3. Apakah Kesadaran akan manfaat perjalanan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

4. Apakah Gambaran perjalanan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
5. Apakah Keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
6. Apakah faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor religiusitas mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
2. Mengetahui faktor karakteristik wisatawan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
3. Mengetahui kesadaran akan manfaat perjalanan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

4. Mengetahui gambaran perjalanan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
5. Mengetahui keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
6. Mengetahui faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberikan serta menambah pengetahuan baru mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
2. Sebagai informasi tambahan khususnya bagi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dalam suatu kebijakan yang mendorong kunjungan wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
3. Sebagai bahan informasi dan menambah ilmu terutama bagi pihak-pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dan mendalam tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

E. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah pembahasan dan penulisan pada penelitian ini, perlu ada sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas Latar Belakang Masalah; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Kegunaan Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini mengemukakan tentang landasan teori yang berisi uraian Proses Pengambilan Keputusan; Pemasaran Pariwisata; Pengertian Wisata; Tipologi Wisatawan; Proses Pengambilan Keputusan Berwisata; Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Wisatawan; Pengertian Wisata Religi; Perbedaan Wisata Syariah, Wisata Konvensional dan Wisata Religi; Fungsi Wisata Religi; Bentuk-bentuk Wisata Religi; Manfaat dan Tujuan Wisata Religi; Peran Wisata Religi dalam Membentuk Karakter Religius; Wisata dalam Pandangan Islam; Tinjauan Penelitian Relevan; Variabel Penelitian; Konsep Operasional; Kerangka Berfikir; dan Hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Jenis Penelitian; Tempat dan Waktu Penelitian; Populasi dan Sampel; Subjek dan Objek Penelitian; Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan Data dan Teknik Analisis data; Uji Instrumen; Uji Asumsi Klasik; dan Uji Hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan Sejarah Singkat Kabupaten Rokan Hulu; Profil Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu; Deskripsi Data; Analisis Data; dan Pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan; dan Saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pariwisata

1. Defenisi Wisata

Wisata dari bahasa Sanskerta adalah berulang kali/berkali-kali sedangkan dalam bahasa Arab, wisata diistilahkan dengan kata *as-siyahah* yang diambil dalam ungkapan *saha al-maa'siyahah* (air mengalir, mencair, meleleh). Ungkapan tersebut digunakan untuk menyebut air yang mengalir dan berjalan di atas permukaan tanah kata *as-siyahah* kemudian digunakan untuk konteks manusia, yang berarti bepergian di atas permukaan bumi dalam rangka ibadah, meningkatkan keshalehan atau tanpa tujuan apapun (Zulkifli, dan *et.al*, 2018: 87).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wisata adalah bepergian secara bersama-sama dengan tujuan untuk bersenang-senang, menambah pengetahuan dan lain-lain. Selain itu juga dapat diartikan sebagai bertamasya atau piknik.

Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanannya (Alma, 2011: 342).

Menurut Burkart dan Medlik (1982: 46) dalam Marsono, dan *et.al*, (2018: 7) wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan

tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata dalam suatu destinasi wisata.

Secara defenitif, berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Semua fenomena pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan, termasuk berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pengusaha, masyarakat, pemerintah dan bisnis yang terkait dengan bidang itu didefenisikan sebagai pariwisata (Zulkifli, dan *et.al*, 2018: 1).

Menurut Simanjuntak (2017: 3) *“All the phenomena of tourism carried out by tourist, including various facilities and services provided by entrepreneurs, the public, and the government and business relate to that field are defined as tourism* (Zulkifli, dan *et.al*, 2019: 1).

Defenisi lain yang lebih lengkap, turisme dipahami sebagai industri jasa. Karena dimaknai sebagai industri, maka pariwisata bergerak dalam ranah pelayanan, mulai dari pelayanan jasa transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan dan minuman, sampai jasa lain yang bersangkutan seperti bank, asuransi, keamanan, dan sebagainya. Artinya, seluruh aspek yang dibutuhkan sepanjang perjalanan rekreatif masuk dalam kategori pariwisata (Sucipto dan Fitria Andayani, 2014:34).

Traveling adalah seni, yaitu seni berpetualang tentang bagaimana kita bisa berinteraksi dengan siapa saja serta berkenalan dengan adat dan budaya suatu bangsa (Cheriatna, 2018: 5).

Pariwisata atau *tourisms* adalah aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, berlibur, melancong, atau turisme. Objek pariwisata dapat berupa tempat-tempat bersejarah atau lokasi-lokasi alam yang indah dan atraktif. Dengan kata lain pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk aktivitas ini.

2. Tipologi Wisatawan

Pada Undang-Undang pariwisata No. 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 2 menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang-orang yang melakukan wisata. Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda.

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sansakerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *tourist*. Organisasi Wisata Dunia (WTO) menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau Negara dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan ditempat tersebut (Priyadi, 2016: 23).

Menurut Yoeti (1996) dalam Priyadi (2016: 23) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga, menuntut ilmu dengan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah Negara tertentu.

Menurut Smith (1977) dalam Pitana dan Putu G. Gayatri (2007: 53) bahwa wisatawan pada intinya adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang “lain”.

Menurut Cohen (1972) dalam Pitana dan Putu G. Gayatri (2007: 53) mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen membedakan wisatawan atas empat, yaitu sebagai berikut:

- a. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya dan bepergian dalam jumlah kecil.
- b. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (*off the beaten track*). Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
- c. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.

d. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata. Wisatawan seperti ini sangat terkungkung oleh apa yang disebut sebagai *environmental bubble*.

Menurut Nyoman (1994: 25) dalam Wardana dan Raden Imam Al Hafis (2018: 497) yang dapat dianggap sebagai wisatawan adalah sebagai berikut:

- a. Orang-orang yang bepergian untuk tujuan bersenang-senang, alasan keluarga, untuk tujuan kesehatan dan lain sebagainya.
- b. Orang-orang yang bepergian untuk mengadakan pertemuan atau mewakili kedudukan sebagai diplomat.
- c. Orang-orang yang singgah dalam pelayaran lautnya, sekalipun bila mereka tinggal kurang dari 24 jam.

3. Pemasaran Pariwisata

Sejauh ini pemasaran sebagai suatu konsep terus saja berlaku tanpa kecuali untuk bidang-bidang pariwisata, sebagaimana diterapkan pada produk-produk lainnya baik yang dapat dijamah maupun yang tidak dapat dijamah. Karena itu, definisi pemasaran wisata tidak akan jauh berbeda dari definisi umum tentang pemasaran (Wahab, 1997: 26).

Krippendorf, dalam bukunya *Marketing et Tourisme* dalam Wahab (1997: 27) memberikan batasan pemasaran wisata yaitu penyesuaian yang sistematis dan terkoordinasi mengenai kebijakan dari badan-badan usaha wisata maupun kebijakan dalam sektor pada tingkat pemerintah, lokal,

regional, nasional dan internasional, guna mencapai suatu titik kepuasan optimal bagi kebutuhan-kebutuhan kelompok pelanggan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, sekaligus untuk mencapai tingkat keuntungan yang memadai.

Industri pemasaran pariwisata amat berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya. Perbedaannya terletak pada proses produksinya dan elemen pembentuk produknya. Pemasaran pariwisata terdapat lima elemen yang mesti dilibatkan secara bersama-sama, lima elemen tersebut adalah elemen permintaan pasar, elemen biro perjalanan, elemen lembaga-lembaga pariwisata pada destinasi, elemen penawaran dan elemen fisik aksesibilitas. Kelima elemen tersebut sering disebut dengan produk destinasi pariwisata terintegrasi (Utama, 2017: 22-23).

4. Wisata dalam Pandangan Islam

Dalam Al-Qur'anulkarim terdapat perintah untuk berjalan di muka bumi di beberapa tempat. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-An'am: 11-12 yang berbunyi:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴿١١﴾ قُلْ لِمَنْ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ كَتَبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ ﴿١٢﴾ لِيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ لَا رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ ﴿١٣﴾

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu, katakanlah Muhammad, milik siapakah yang ada dilangit dan dibumi, katakanlah “milik Allah”, dia telah menciptakan (sifat) kasih sayang dalam dirinya. Dia sungguh akan mengumpulkan kamu pada hari kiamat yang diragukan bagi orang-orang yang merugikan dirinya. Mereka itu tidak beriman” (Q.S. Al-An’am: 11-12).

Allah juga berfirman dalam Q.S. Al-Mulk: 15 yang berbunyi:

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

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (Q.S. Al-Mulk: 15).

Pada ayat di atas Allah menganjurkan manusia melakukan perjalanan dimuka bumi ini guna menemukan jawaban dan bukti bahwa orang-orang yang mendustakan kebenaran Tuhan ditimpa azab yang pedih.

Tidak hanya untuk mencari hikmah kehidupan, berwisata dianjurkan oleh Islam dengan tujuan untuk mengagumi keindahan alam, supaya jiwa menjadi tenang. Wisata dalam Islam adalah sebuah *safar* atau *traveling* untuk merenungi keindahan dan ciptaan Allah SWT. Menikmati keindahan alam untuk menguatkan keimanan dan motivasi diri untuk terus menunaikan kewajiban hidup (Sucipto dan Fitria Andayani, 2014: 50).

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Ankabut: 19- 20 yang berbunyi:

أَوَلَمْ يَرَوْا كَيْفَ يُبْدِئُ اللَّهُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ ۚ إِنَّ ذَٰلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ ﴿١٩﴾

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ

الْآخِرَةَ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya: “Dan apakah mereka tidak memperhatikan bagaimana Allah menciptakan (manusia) dan permulaannya, kemudian mengulanginya (kembali). Sesungguhnya yang demikian itu adalah mudah bagi Allah. Katakanlah: berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu” (Q.S. Al-Ankabut: 19-20).

Dalam surat Al -Ankabut ayat 19-20 menegaskan bahwa manusia perlu mengadakan perjalanan untuk melakukan penelitian tentang aneka peninggalan sejarah dan kebudayaan. Ditinjau dari segi Islam, objek wisata merupakan salah satu cara bagi manusia untuk melihat keindahan dan fenomena alam baik secara buatan maupun buatan manusia.

Rasulullah SAW dalam hal ini menganjurkan umatnya untuk melakukan perjalanan/wisata rohani ketiga Masjid, sebagaimana dalam sabda beliau:

حَدَّثَنَا عَلِيُّ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ الزُّهْرِيِّ عَنْ سَعِيدٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - عَنِ النَّبِيِّ

- صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ « لَا تُسَدُّ الرَّحَالَ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ ، وَمَسْجِدِ

وَمَسْجِدِ الْأَقْصَى - الرَّسُولِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

Artinya: ”Tidaklah kamu dianjurkan melakukan perjalanan melainkan kepada tiga Masjid, al-Masjid al-Haram, Masjid al-Rasul dan Masjid al-Aqsa”.

Bahkan Allah SWT memuji orang-orang yang melakukan perjalanan, wisatawan dan pelancong dengan istilah “Al-Saih” berbarengan dengan orang bertaubat, memuji Allah, orang yang ruku’, orang yang bersujud, berjihad, dan beramar ma’ruf dan nahi munkar. Senada dengan hal diatas Rasulullah SAW bersabda dalam sabda beliau:

عَنْ سَعْدِ بْنِ مَسْعُودٍ ، أَنَّ عُثْمَانَ بْنَ مَظْعُونٍ ، أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، فَقَالَ :
 ائْذَنْ لَنَا فِي الْاِخْتِصَاءِ ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَيْسَ مِنَّا مَنْ خَصَى
 يَا رَسُولَ اللَّهِ ، ائْذَنْ لَنَا فِي السِّيَاحَةِ ، فَقَالَ : وَلَا اِخْتِصَى ، إِنَّ خِصَاءَ أُمَّتِي الصِّيَامُ ، فَقَالَ
 : إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ، قَالَ : أُمَّتِي الْجُلُوسُ فِي الْمَسَاجِدِ ، ائْتِنْتَازَ الصَّلَاةِ

Artinya: “Dari Sa’ad bin Mas’ud, bahwasanya ‘Usman bin Maz’un datang menemui Nabi SAW, dia berkata: “Izinkanlah kami dikebiri!” Lalu Rasulullah SAW menjawab: “Sesungguhnya pengebirian umatku adalah dengan cara berpuasa.” Dia berkata lagi: “Ya Rasulullah! izinkanlah kami hidup melakukan siyahah (pergi ke padang pasir jauh dari orang ramai, meninggalkan segala kesenangan dan perkara-perkara yang mubah serta mengekang hawa nafsu).” Lalu Rasul menjawab: “Siyahah umatku adalah dengan cara berjihad fi sabilillah.” Dia berkata lagi: “Wahai Rasulullah, izinkanlah kami menjalani hidup seperti seorang rahib.” Rasulullah menjawab: “Sesungguhnya kerahiban umatku adalah dengan cara duduk di masjid- masjid menunggu masuknya waktu sholat”.

Ibnu Abidin menjelaskan dalam *Radd Al-Muhtar*, hukum asal bepergian adalah mubah, kecuali disebabkan kondisi lain seperti haji atau jihad maka menjadi ibadah (ketaatan) atau untuk merampok maka bepergian termasuk maksiat (Cheriatna, 2018: 16).

Menurut Bahammam (2012: 5) hukum wisata dalam Islam terdiri dari empat kategori yaitu:

- a. Wisata yang diperbolehkan (mubah).
- b. Wisata yang dibenci (makruh).
- c. Wisata yang diharamkan (haram).
- d. Wisata yang dianjurkan (mustahabah).

B. Wisata Religi

1. Pengertian Wisata Religi

Islam telah meninggalkan berbagai peninggalan sejarah penting, baik berupa makam, Mesjid, bekas kerajaan, perhiasan, adat istiadat dan sebagainya yang dapat dijadikan sebagai potensi wisata salah satu kegiatan.wisata tersebut adalah dalam bentuk wisata religi (ziarah) umat Islam.

Wisata religi dapat dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat peninggalan sejarah Islam ataupun berziarah ke makam-makam para ulama, kyai ataupun tokoh-tokoh masyarakat. Potensi wisata ziarah atau wisata religi di Negara Indonesia sangatlah besar. Hal ini dikarenakan sejak dulu Indonesia dikenal sebagai Negara religius. Banyak bangunan atau tempat bersejarah yang memiliki arti khusus bagi umat beragama, merupakan sebuah potensi tersendiri bagi berkembangnya wisata religi (Ulung, 2013:3).

Wisata religius berkaitan erat dengan agama sebagai motif seseorang dalam melakukan perjalanan rekreasi atau melancong. Apabila niat dalam hatinya untuk tujuan Islami yang diridhai Allah dan sejalan dengan agama, maka perjalanan tersebut dapat dikatakan wisata religi. Apalagi objek-objek yang dituju adalah objek-objek yang bersejarah dan berkaitan erat dengan Islam (Sucipto dan Fitria Andayani, 2014: 42).

Menurut Inskeep (1991) dalam Marsono, et.al, (2018: 9) Wisata religi adalah jenis wisata yang dikategorikan dalam wisata minat khusus. Wisata minat khusus menekankan pada ketertarikan (*interest*) yang sangat khusus dari wisatawan yang “*are traveling to learn about and experience particular specific features related to an area*”.

Pengertian wisata religi dikembangkan pula sebagai semua upaya pemasaran dan pengembangan produk yang diarahkan pada umat Islam, meskipun tidak terkait motivasi agama (Henderson, 2010) atau upaya yang menekankan pentingnya turis muslim dan non muslim sebagai pasar baru dan tujuan untuk pariwisata. Dengan kata lain, *Islamic tourism* untuk mempromosikan pariwisata dikalangan umat Islam, mengembangkan tujuan wisata baru, dan memperkuat kerja sama antar organisasi dan antar pemerintah di Dunia Islam (Rimet, 2019: 53).

Secara substansial, wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi dahaga spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Dengan demikian, objek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang bersangkutan dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual (Chotib, 2015: 412).

2. Perbedaan Wisata Syariah, Wisata Konvensional dan Wisata Religi

Dalam hal ini dapat dilihat perbedaan wisata syariah, wisata konvensional dan wisata religi pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2: Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi

No	Item Perbandingan	Wisata Konvensional	Wisata Syariah	Wisata Religi
1	Objek	Alam, budaya, heritage dan kuliner	Semuanya	Tempat ibadah dan peninggalan sejarah
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritual religiusitas dengan cara menghibur	Meningkatkan spritualitas
3	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkit spirit religiusitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata
4	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan.	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama	Aspek spiritual yang menenangkan jiwa, semata-mata mencari ketentram batin

5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi paket bagian hiburan	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek wisata
6	Kuliner	Umum	Spesifik halal	Umum
7	Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Interaksi berdasar prinsip-prinsip syariah	Interaksi berdasar pada nilai religius
8	Agenda perjalanan	Mengabaikan waktu	Memperhatikan waktu	Peduli waktu perjalanan

Sumber: Panduan Wisata Syariah, Sucipto, 2014.

Dalam konteks wisata agama, masyarakat Indonesia selama ini lebih mengenal wisata religi atau religius (untuk umat Muslim) dan wisata rohani (biasanya untuk kalangan Nasrani atau wisata non-Muslim) misalnya mengunjungi objek bersejarah agama mereka seperti gereja, wihara, kelenteng, makam orang-orang yang dianggap suci oleh penganut non-Muslim.

Wisata religius terkait erat dengan agama sebagai motif seseorang dalam melakukan perjalanan rekreasi atau melancong. Setiap orang memiliki motif yang berbeda dalam melakukan perjalanan rekreasi tersebut. Apabila niat dalam hatinya bersifat tujuan Islami yang diridhai Allah dan sejalan dengan agama maka perjalanan tersebut dapat disebut dengan wisata religius. Apabila objek-objek yang dituju adalah objek-objek yang bersejarah dan berkaitan erat dengan keislaman.

3. Fungsi Wisata Religi

Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil *ibrah* atau pelajaran dan ciptaan Allah atau sejarah peradaban manusia untuk membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia ini tidak kekal.

Menurut Mufid dalam Sari (2018:13) fungsi-fungsi wisata religi adalah sebagai berikut:

- a. Untuk aktivitas luar dan didalam ruangan perorangan atau kolektif, untuk memberikan kesegaran dan semangat hidup baik jasmani maupun rohani.
- b. Sebagai tempat ibadah, sholat, dzikir, dan berdo'a.
- c. Sebagai salah satu aktivitas keagamaan.
- d. Sebagai salah satu tujuan wisata-wisata umat Islam.
- e. Sebagai aktifitas kemasyarakatan.
- f. Untuk memperoleh ketenangan lahir dan bathin.
- g. Sebagai peningkatan kualitas manusia dan pengajaran (*ibroh*).

4. Bentuk-bentuk Wisata Religi

Menurut Suryono (2004: 7) dalam Sari (2018: 13) Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, biasanya berupa tempat yang memiliki makna khusus, seperti:

- a. Masjid sebagai tempat pusat keagamaan umat Islam dimana Masjid digunakan untuk beribadah sholat, *i'tikaf*, adzan dan iqomah.
- b. Makam dalam tradisi jawa, tempat yang mengandung kesakralan makam dalam bahasa jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat)

pesarean, sebuah kata benda yang berasal dari *sare* (tidur). Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan .

- c. Candi sebagai unsur pada zaman purba yang kemudian kedudukannya digantikan oleh makam.

5. Manfaat dan Tujuan Wisata Religi

Menurut Munawir (2010: 34) dalam Amalina (2018: 8) Islam memberikan kesempatan kepada umatnya untuk berwisata religi agar dari sana tumbuh kesadaran akan kesementaraan hidup di dunia. Dengan berziarah atau berwisata religi adalah untuk mengingat kematian dan menambah amal shaleh.

Menurut Ruslan (2007: 10) dalam Sari (2018: 14) tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar Islam diseluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah SWT. Mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran.

6. Peran Wisata Religi dalam Membentuk Karakter Religius

Karakter religius adalah karakter yang menunjukkan perilaku yang berdasarkan keyakinan suara hati dan keterikatan kepada Tuhan, diwujudkan dalam bentuk kuantitas dan kualitas peribadatan serta norma yang mengatur hubungan dengan Tuhan, hubungan sesama manusia, hubungan dengan lingkungan yang terinternalisasi dalam manusia. Sedangkan wisata religi merupakan jenis wisata keagamaan (*pileimge tour*) atau wisata yang bermotif spiritual yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok sehingga sebagai

sarana untuk mendekatkan diri kepada Tuhan yang Maha Esa dan memperoleh keberkahan dalam hidup (Narulita, dan *et.al*, 2017: 164).

Banyak cara yang dilakukan untuk membentuk karakter religius dalam diri seseorang, selain memberikan keteladanan dan juga banyak melakukan ritual ibadah, ada cara lain yang dimungkinkan bisa meningkatkan karakter religius dalam diri seseorang, yakni wisata religi. Banyak kalangan yang memilih melakukan wisata religi ke Mesjid sebagai upaya meningkatkan nilai spritualitas pada pembentukan karakter religius dalam dirinya.

Menurut Glock dan Stark dalam Narulita, dan *et.al*, (2017: 165) mengungkapkan lima dimensi religiusitas yakni:

- a. *Religious practice (the ritualistic dimension)*/syari'ah, yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban ritual didalam agamanya, seperti shalat, zakat, puasa, haji, membaca Al-qur'an, berdo'a dan berzikir, ibadah qurban dan *i'tiqaf* di Mesjid.
- b. *Religious belief (the ideological dimension)*/aqidah, yakni sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat fundamental dan dogmatik didalam ajaran agamanya. Misalnya kepercayaan tentang adanya Allah SWT, Malaikat, Kitab-kitab, Nabi dan Rasul, hari kiamat, surga dan neraka, *qadha dan qhadar*.
- c. *Religious knowledge (the intellectual dimension)*/ilmu, yakni seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran agamanya. Hal ini berhubungan dengan aktivitas seseorang untuk mengetahui ajaran-ajaran dalam agamanya. Terutama mengenai ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat

dalam kitab sucinya. Misalnya pengetahuan tentang isi Al-qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam.

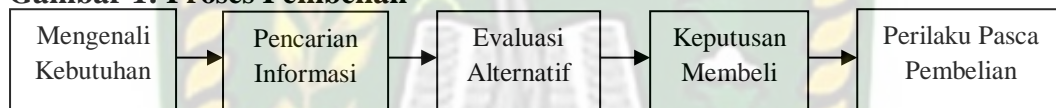
- d. *Religious feeling (the experiential dimension)*, yakni terkait perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami. Misalnya seseorang merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, seseorang merasa do'anya dikabulkan Tuhan dan sebagainya.
- e. *Religious effect (the consequential dimension)*/akhlaq, yakni terkait sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya didalam kehidupannya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Misalnya, perilaku suka menolong, bekerja sama, berderma, menyejahterakan dan menumbuh kembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, suka memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanah dan tidak menipu.

C. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda (J. Setiadi, 2015: 341).

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Gambar 1: Proses Pembelian



Sumber: J. Setiadi, 2015: 14.

Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembelian pada tiap-tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Pendirian orang lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan resiko yang dirasakan dapat memenuhi keputusan pembelian, demikian pula tingkat kepuasan pasca pembelian konsumen dan tingkat pasca pembelian dipihak perusahaan. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian, pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk yang bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada teman-teman mereka. Karena itu, perusahaan harus berusaha memastikan kepuasan konsumen pada semua tingkat dalam proses pembelian.

Gambar di atas menyiratkan bahwa konsumen melewati kelima tahap seluruhnya pada setiap pembelian. Namun dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membalik beberapa tahap ini.

Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun internal dalam kasus pertama dari kebutuhan normal seseorang atau suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain.

3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir. Ternyata tidak ada proses evaluasi yang sederhana dan tunggal yang digunakan oleh konsumen atau bahkan oleh satu konsumen pada seluruh situasi membeli. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi dari konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan

rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4. Keputusan pembeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan pembeli.

5. Perilaku Sesudah Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terkilat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

6. Kepuasan Sesudah Pembelian

Setelah membeli suatu produk. Seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai dari produk. Apa yang menentukan konsumen akan merasa sangat puas, cukup puas atau tidak puas atas suatu pembelian, keputusan pembeli merupakan fungsi dari dekatnya antara harapan dari pembeli tentang produk dan kemampuan dari produk tersebut.

7. Tindakan Sesudah Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas tersebut akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya, karena dengan kodrat manusia “untuk menciptakan keserasian, konsistensi, dan keselarasan diantara pendapat, pengetahuan dan

nilai-nilai didalam dirinya”. Konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan.

8. Penggunaan dan Pembuangan Sesudah Pembelian

Para pemasar juga harus mengontrol bagaimana pembeli menggunakan dan membuang suatu produk. Bila konsumen menemukan cara pemakaian penggunaan baru ini haruslah menarik minat pemasar karena penggunaan baru tersebut dapat diiklankan. Bila konsumen menyimpan produk tersebut dilemari mereka, ini merupakan petunjuk bahwa produk tersebut kurang memuaskan dan konsumen tidak akan menjelaskan hal-hal yang baik tentang produk tersebut kepada orang lain. Bila mereka menjual atau menukar produk, maka ini berarti penjual produk berikutnya akan menurun.

Dengan pemahaman kebutuhan dan proses pembelian konsumen sangat penting dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengerti bagaimana pembeli melalui proses pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternatif, memutuskan membeli, dan perilaku setelah membeli, para pemasar dapat mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan pembeli dan juga dengan mengerti berbagai partisipan dalam proses pembelian serta pengaruh-pengaruh utama dalam perilaku membeli mereka, para pemasar dapat merancang program pemasaran yang lebih efektif bagi pemasaran mereka.

1. Proses Pengambilan Keputusan Berwisata

Menurut Pitana dan Putu G. Gayatri (2007:71) sebelum melakukan perjalanan wisata seorang calon wisata terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental. Untuk sampai pada keputusan menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, kemana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Proses pengambilan keputusan ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan dan faktor-faktor ini dapat dipengaruhi (diintervensi) dalam proses promosi (pemasaran wisata).

Pemahaman terhadap proses pengambilan keputusan ini disamping penting sebagai dasar promosi, juga sangat penting didalam perencanaan produk dan penentuan segmentasi pasar atau target pemasaran. Hal ini semakin penting didalam situasi kompetisi yang semakin ketat terutama pada saat pasar mulai sangat tersegmentasi.

Menurut Mathieson dan Wall (1982) dalam Pitana dan Putu G. Gayatri (2007:72), proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui fase yang sangat penting, yaitu:

- a. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan didasarkan oleh calon wisatawan, yang selanjutnya ditimbang-timbang apakah perjalanan tersebut memang harus dilakukan atau tidak.
- b. Pencarian dan penilaian informasi, hal ini misalnya dilakukan dengan menghubungi agen perjalanan, mempelajari bahan-bahan promosi (brosur, leaflet, media masa) atau mendiskusikan dengan mereka yang telah

berpengalaman terlebih dahulu. Info ini dievaluasi dari segi keterbatasan dana dan waktu alternatif dari berbagai destinasi yang memungkinkan dikunjungi dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.

- c. Keputusan melakukan perjalanan wisata, keputusan ini meliputi antara lain daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, jenis akomodasi, cara bepergian dan aktivitas yang akan dilakukan di daerah tujuan wisata.
- d. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, wisatawan melakukan *booking* dengan segala persiapan pribadi dan akhirnya perjalanan wisata dilakukan.
- e. Evaluasi kepuasan perjalanan wisata, selama perjalanan tinggal di daerah tujuan wisata dan setelah kembali ke Negara asal, wisatawan secara sadar dan tidak sadar selalu melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisatanya yang akan mempengaruhi keputusan perjalanan wisatanya dimasa yang akan datang.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan

Menurut Mathieson dan Wall (1982) ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan menurut Pitana dan Putu G. Gayatri (2007:73):

- a. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan dan pengalaman sebelumnya) dan karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).

- b. Kesadaran akan manfaat perjalanan, tentang pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi dan citra destinasi.
- c. Gambaran perjalanan yaitu tentang jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko, ketidakpastian objek dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
- d. Keunggulan daerah tujuan wisata, yaitu meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang juga sangat penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan wisata adalah citra (*image*) yang dimiliki.

D. Penelitian Relevan

Adapun sebagai bahan rujukan bagi penulis untuk mendukung dan mendalami skripsi ini, maka penulis akan sampaikan beberapa karya yang mungkin terkait dengan skripsi yang penulis bahas antara lain hasil penelitian yang disusun oleh Dina Amalina (2017) yang berjudul "*Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu*". Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ulang pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Adapun perbedaan-perbedaan antara penelitian ini dan penulis adalah pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non*

probability sample dengan cara *accidental sampling* yaitu pengampilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang ditemui secara kebetulan di area objek wisata yang dipandang cocok untuk dijadikan sampel sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah *sample random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Adapun persamaan penelitian ini dengan penulis adalah terletak pada studi kasus yaitu pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu dan juga jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden.

Selain itu, hasil penelitian yang disusun oleh Fatikha Hayura Wardani (2018) dengan judul *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Religi di Kabupaten Demak (Studi pada Masjid Agung Demak)*. Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah terletak pada dimensi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yang digunakan. dimana penelitian ini dengan biaya perjalanan (X1), pendapatan (X2), pendidikan (X3), kepercayaan (X4) dan fasilitas (X5) dengan variabel (Y) minat kunjungan wisatawan sedangkan penulis dengan faktor religiulitas (X1), faktor karakteristik wisatawan (X2), kesadaran akan manfaat perjalanan (X3), gambaran perjalanan (X4) dan keunggulan daerah tujuan wisata (X5) dengan variabel (Y) pengambilan keputusan wisatawan serta tempat penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama membahas objek wisata religi Masjid, metode penelitian ini dengan penulis sama-sama menggunakan metode kausalitas, yaitu jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan

adanya hubungan sebab-akibat antar variabel dan juga rumus pengambilan sampel yang digunakan sama-sama menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel 100 responden serta teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sample random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

E. Variabel Penelitian

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu pengambilan keputusan wisatawan.

F. Konsep Operasional

Adapun konsep operasional dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3: Konsep Operasional

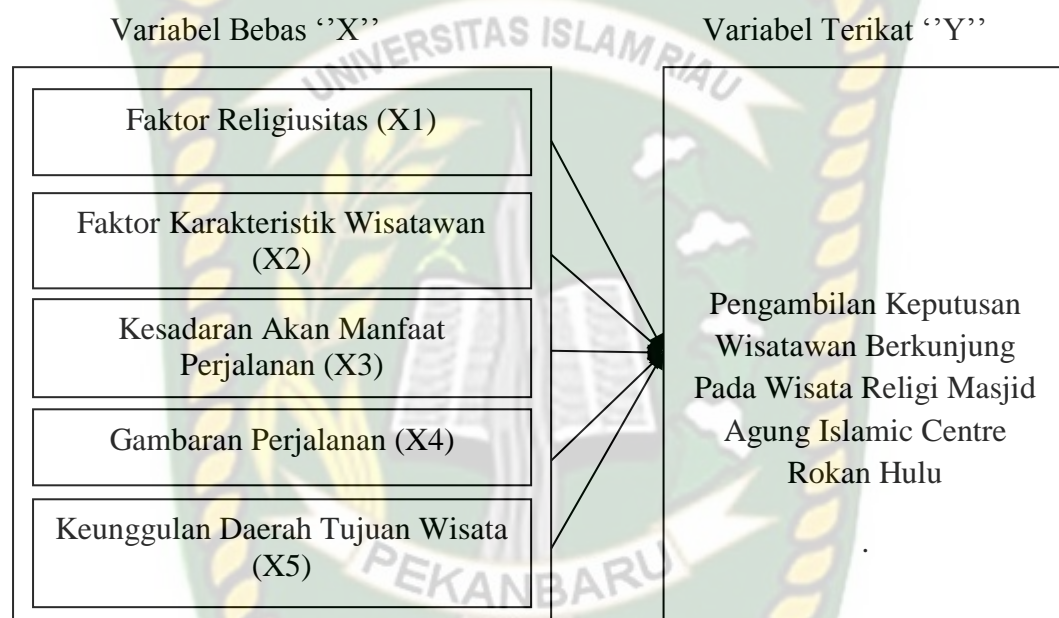
Konsep	Variabel	Indikator
Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu	Faktor Religiusitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Religious practice</i> (ritual/syariah). 2. <i>Religious Beliefe</i> (idiologi/aqidah). 3. <i>Religious Knowledge</i> (intelektual/ilmu). 4. <i>Religious feeling</i> (perasaan). 5. <i>Religious effect</i> (konsekuensial/akhlaq).
	Faktor Karakteristik Wisatawan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik sosial. 2. Karakteristik ekonomi. 3. Karakteristik perilaku.
	Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan terhadap destinasi wisata yang dikunjungi. 2. Citra objek wisata.
	Gambaran Perjalanan (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor jarak. 2. Lama tinggal didaerah tujuan wisata. 3. Faktor kendala waktu dan biaya. 4. Faktor bayangan akan resiko. 5. ketidakpastian objek wisata yang akan dikunjungi. 6. Tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
	Keunggulan Daerah Tujuan Wisata (X5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis dan atraksi wisata. 2. Kualitas pelayanan yang diberikan. 3. Faktor lingkungan fisik dan sosial. 4. Faktor situasi politik. 5. Faktor aksesibilitas. 6. Faktor perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. 7. Citra (<i>image</i>) yang dimiliki.
	Pengambilan Keputusan Wisatawan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan wisata. 2. Pencarian dan penilaian informasi. 3. Keputusan melakukan perjalanan wisata. 4. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata. 5. Evaluasi kepuasan perjalanan wisata.

Sumber: Data Olahan, 2019.

G. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan kerangka berfikir penelitian ini adalah:

Gambar 2: Kerangka berfikir

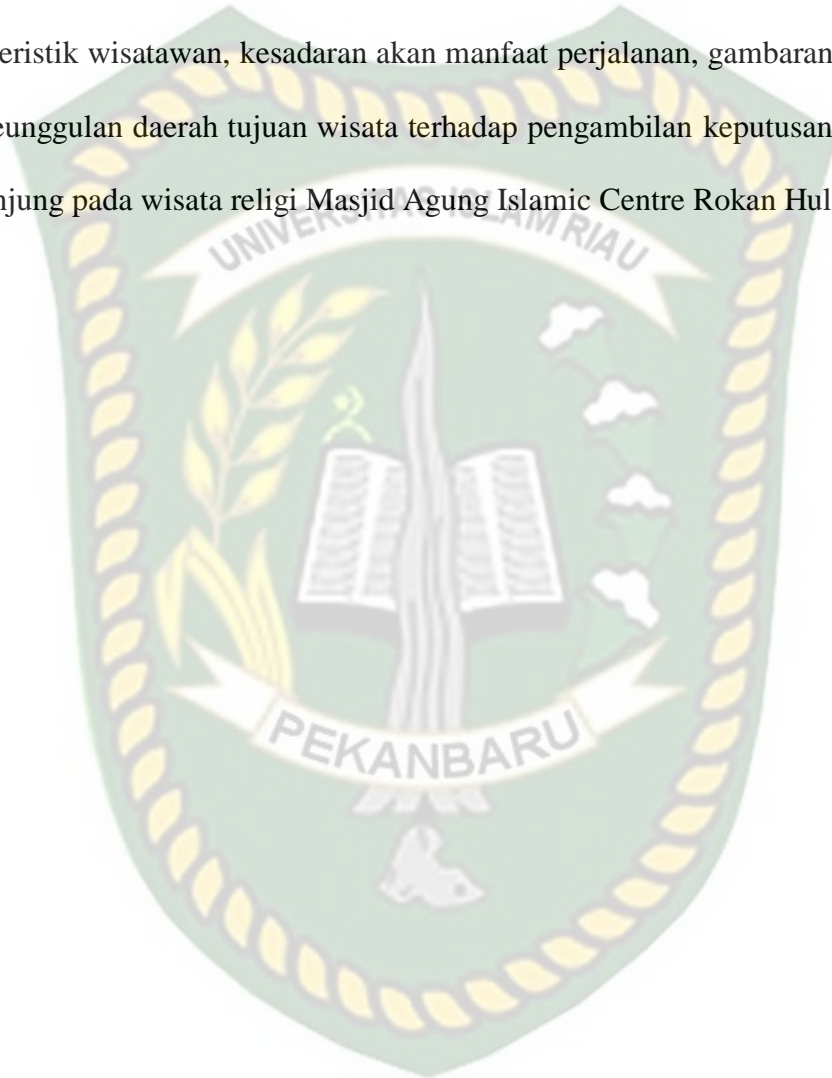


Sumber: Data Olahan, 2019.

Gambar di atas menunjukkan bahwa faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

H. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang ada, maka hipotesis penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh antara faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 4). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kausalitas. Kausalitas yaitu jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2014: 14-15).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu yang berada di JL. Tuanku Tambusai KM. 4 Komplek Perkantoran PEMDA Rokan Hulu, Provinsi Riau. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2019 sampai bulan Februari 2020, yaitu selama empat bulan.

Tabel 4: Jenis dan Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian	■	■	■	■												
2	Pengumpulan Data					■	■	■	■								
3	Pengolahan dan Analisis Data									■	■	■	■				
4	Penulisan Skripsi															■	■

Sumber: Data Olahan, 2020.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Sebagai subjek penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dan sebagai objeknya adalah variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu (Sanusi, 2014: 87).

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah wisatawan yang berkunjung pada Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu di tahun 2019 sebanyak 68.077 orang (sumber: Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu).

2. Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dalam toleransi, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Sanusi, 2014: 101):

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

α = Toleransi ketidakteelitian (dalam persentase). Dalam penelitian ini jumlah populasi (N) = 68.077 orang, dengan nilai kritis (α) sebesar 10% maka ukuran sampel:

$$n = \frac{68.077}{1 + 68.077(10\%)^2} = 99,85 = 100$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya dibulatkan sebanyak 100 responden yaitu wisatawan/pengunjung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *sample random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 21-22).

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Angket

Angket (*Questionnaire*) adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pernyataan (Riduwan, 2014: 52).

Teknik angket ini digunakan dengan cara penulis menyebarkan daftar pernyataan kepada wisatawan/pengunjung. Pertanyaan yang dirancang untuk mengetahui Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan berkunjung Pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Guna mempermudah didalam pelaksanaan pengumpulan data, pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala lima alternatif pilihan (skala Likert).

Setiap variabel diberikan skor penilaian sebagai berikut:

Tabel 5: Skor Alternatif Pilihan Jawaban Angket

No.	Alternatif Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, 2014: 39.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, data yang relevan penelitian (Riduwan, 2014: 58).

Teknik ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan seperti sejarah Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, struktur organisasi, brosur, foto-foto, dan lain sebagainya.

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Menurut Misbahuddin dan Iqbal Hasan, pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Adapun tahap-tahap pengolahan data dilakukan sebagai berikut:

- a. Penyuntingan (*Editing*), yaitu pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk (*raw data*) atau data yang terkumpul tidak logis dan meragukan.
- b. Pengkodean (*Coding*), yaitu pemberian/pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.
- c. Pentabulasian (*Tabulating*), yaitu membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 27-28).

2. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk penganalisaan secara argumentatif berdasarkan data-data bersifat karakteristik atas jawaban kuesioner yang telah diperoleh pengunjung Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis secara statistik guna melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana proses perhitungannya menggunakan *SPSS for Windows 23.0*.

G. Uji Instrumen

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah angket, maka angket sebagai instrument penelitian harus diuji terlebih dahulu validalitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran suatu objek yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen. Instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur atau diinginkan. Variabel dikatakan valid jika memberi nilai $> 0,05$ atau 5% (Riduwan dan *et.al* 2011: 194).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat pengukuran menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukuran itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2014: 80).

H. Uji Asumsi klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikorelasi (Sarjono dan Winda Julianita, 2011: 53).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal) (Sarjono dan Winda Julianita, 2011: 53).

2. Uji Multikorelasi

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau

tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu (Sarjono dan Winda Julianita, 2011: 70).

3. Uji Heterokedatisitas

Menurut Wijaya (2009: 124) dalam Sarjono dan Winda Julianita, (2011: 66), heterokedatisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedatisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedatisitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heterokedatisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedatisitas, yaitu dengan melihat *scatterplot* serta melalui/menggunakan uji gletjer, uji Park, dan uji White.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan yang terjadi antara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Autokorelasi terjadi dalam regresi apabila dua error ϵ_{t-1} dan ϵ_t tidak *independent* atau $C(\epsilon_{t-1}) \neq 0$. Autokorelasi biasanya terjadi apabila pengukuran variabel dilakukan dalam interval waktu tertentu (Sarjono dan Winda Julianita, 2011: 80).

I. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi,2014: 134).

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan :

Y = Pengambilan Keputusan Wisatawan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1= Faktor Religiusitas

X2= Faktor Karakteristik Wisatawan

X3= Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

X4= Gambaran Perjalanan

X5= Keunggulan Daerah Tujuan Wisata

2. Uji-t (Uji Parsial)

Menurut Sanusi, (2014: 138) Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y). Langkah-langkahnya adalah:

a. Merumuskan Hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_i : b_i \neq 0$$

- b. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus $t =$.
- c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada taraf nyata tertentu, misalnya 1%; df; $(\alpha/2; n - (k+1))$.
- d. Mengambil keputusan dengan kriteria sebagai berikut. (Gunakan salah satu kriteria).

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima.

$t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak atau

Nilai $Pr \geq \alpha = 1\%$ maka H_0 diterima.

Nilai $Pr < \alpha = 1\%$; maka H_0 ditolak.

3. Uji-F (Uji Simultan)

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai F_{hitung} yang dihasilkan dari rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena nilai F_{hitung} berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) maka pada saat melakukan uji F, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2). Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. Kriteria pengujiannya adalah jika, $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Jika, $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima ada pengaruh signifikan antara

variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Sanusi, 2014: 137-138).

4. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi peringkat spearman bernilai $-1 < r_s < 1$. Nilai 1 menunjukkan korelasi positif sempurna antar peringkat dengan arah yang berlawanan. Adapun nilai koefisien korelasi 0 menunjukkan tidak ada hubungan antar peringkat. Untuk menyatakan kuat-tidaknya hubungan antar peringkat, dapat digunakan aturan guilford (*guilford's empirical rule*) sebagai berikut.

Tabel 6: Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 48).

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \dots$) secara bersama-sama. R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang

menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (Sanusi, 2014: 136).



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kabupaten Rokan Hulu

1. Sejarah Singkat Kabupaten Rokan Hulu

Sebagai wilayah otonom, Kabupaten Rokan Hulu terbentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 53 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Pelalawan, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Kuantan Singingi, dan Kota Batam.

Kabupaten Rokan Hulu secara administratif merupakan kawasan yang dulu masuk dalam kewedanan Pasir Pengaraian Kewedanan. Pasir Pengaraian merupakan bagian wilayah dalam kabupaten Kampar sebelum menjadi wilayah otonomi baru, kondisi masyarakat yang tinggal dalam kawasan Rokan Hulu, benar-benar memprihatinkan. Secara ekonomi masyarakat sebagian besar berada dibawah garis kemiskinan. Hal ini dilatarbelakangi banyak hal, selain faktor pendidikan masyarakat yang sangat rendah, infrastruktur seperti jalan yang menjadi nadi utama distribusi hasil-hasil ekonomi masyarakat tidak saja terbatas tapi kondisinya sangat memprihatinkan.

Kabupaten Rokan Hulu, keberadaan wilayah ini tidak bisa dipisahkan dari kerajaan Rokan di Rokan IV Koto pada abad ke-18. Daerah ini juga Kerajaan Rambah dan Tambusai. Kedua nama ini diabadikan menjadi nama Kecamatan di Kabupaten Rokan Hulu.

2. Kondisi Geografis Kabupaten Rokan Hulu

Kabupaten Rokan Hulu memiliki wilayah yang terdiri dari 85% daerah daratan dan 15% daerah perairan dan rawa. Secara geografis daerah ini berbatasan dengan wilayah sebagai berikut: bagian utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Padang Lawas Utara dan kabupaten Labuhanbatu, bagian selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar, bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Pasaman dan kabupaten Pasaman Barat, sedangkan bagian timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Bengkalis dan Kabupaten Rokan Hilir.

Di kabupaten Rokan Hulu terdapat beberapa sungai, 2 diantaranya adalah sungai yang cukup besar yaitu Sungai Rokan Kanan dan Sungai Rokan Kiri. Selain sungai besar tersebut, terdapat juga sungai-sungai kecil antara lain sungai tapung, sungai dantau, sungai ngaso, sungai batang lubuh, sungai batang sosa, sungai batang kumu, sungai duo (langkut), dan lain-lain.

Jumlah penduduk Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2014 adalah 568.576 jiwa. Mayoritas penduduk asli Kabupaten Rokan Hulu adalah termasuk salah satu bagian dari Rumpun Minangkabau. Menurut sejarahnya, dahulu daerah Rokan Hulu disebut Rantau Rokan atau Luhak Rokan Hulu karena merupakan daerah perantauan orang-orang Minangkabau pada masa lalu (Rantau nan Tigo Jurai). Pada masa itu diistilahkan sebagai Rantau Nan Tigo Kabuang Aie yakni Rantau Timur Minangkabau di sekitar Kampar dan Kuantan sekarang. Daerah-daerah tersebut meliputi daerah alur sungai menuju hilir dari sungai-sungai besar yang mengalir ke Pesisir Timur. Diantaranya adalah Sungai Rokan, Kampar, dan Indragiri (Kuantan) yang kini kesemuanya

masuk di dalam Provinsi Riau. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Rokan Hulu menggunakan adat istiadat dan bahasa Melayu.

Disekitar daerah perbatasan bagian Timur dan Tenggara, bermukim pula sedikit Suku Melayu yang memiliki adat istiadat dan bahasa daerah mirip dengan tetangganya di Rokan Hilir dan Bengkalis. Namun di sekitar Rokan Hulu sebelah Utara dan Barat Daya, ditemukan penduduk asli yang memiliki kedekatan sejarah dengan etnis Rumpun Batak di daerah Padang Lawas di Provinsi Sumatera Utara. Mereka telah mengalami proses melayunisasi sejak berabad yang lampau, dan tidak banyak meninggalkan jejak sejarah untuk ditelusuri.

Selain itu juga banyak penduduk bersuku Jawa yang datang lewat program transmigrasi Nasional sejak masa kemerdekaan maupun keturunan para perambah hutan asal Jawa yang masuk pada masa penjajahan lewat Sumatera Timur. Mereka tersebar diseluruh wilayah Rokan Hulu, terutama di sentra-sentra lokasi transmigrasi dan juga areal perkebunan yang dahulunya sebagai tenaga buruh. Banyak bermukim para pendatang asal Sumatera Utara bersuku Batak yang umumnya bekerja di sektor informal dan perkebunan. Di daerah-daerah perniagaan ditemukan banyak penduduk pendatang bersuku Minangkabau asal Sumatera Barat yang umumnya bekerja sebagai pedagang. Selain itu juga didapati berbagai etnis Indonesia lainnya yang masuk kemudian sebagai pendatang. Pada umumnya mereka bekerja sebagai buruh pada sektor perkebunan.

B. Profil Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

1. Sejarah Singkat Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

Pembangunan Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu, dimulai dengan peletakan batu pertama di awal tahun hijriah dan di penghujung tahun masehi, tepatnya senin 1 Muhaarram 1429 H bersamaan dengan 29 Desember 2008 oleh Bupati Rokan Hulu. Setelah mengalami proses lebih kurang satu setengah tahun, maka pembangunan Masjid yang menjadi kebanggaan masyarakat Rokan Hulu telah dapat digunakan, yang diresmikan pada hari jum'at 25 Syakban 1431 H bersamaan dengan 6 Agustus 2010 oleh Bupati Rokan Hulu.

Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu beralamatkan di kompleks perkantoran Pemerintah Daerah, Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu ini terletak di titik koordinat n 000 53' 44,3" e. 1000 18' 31,5. Berdasarkan ide cemerlang dan berlian dari Bupati Rokan Hulu, pendiriannya dilatar belakangi, karena belum adanya Masjid representatif untuk dijadikan tempat shalat dan kegiatan keagamaan setingkat Kabupaten, satu Masjid Kabupaten yang dapat dijadikan sebagai pusat aktivitas sekaligus simbolnya umat Islam di Rokan Hulu, apalagi daerah ini dijuluki Negeri Seribu Suluk, yaitu suatu daerah dimana terdapat banyak masyarakat yang melaksanakan zikir disuatu tempat khusus (surau) yang disebut dengan ber“suluk”.

Gambar 3: Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu



Masjid indah dan rapi penuh dengan seni ini merupakan Masjid yang didesain mencontoh bentuk Masjid Nabawi di Madinah dengan konsultan perencanaan PT Cipta Murni Semesta Jakarta dan Konsultan Pengawas PT Holistika Prima Grahita Jakarta, serta kontraktor pelaksana PT Total Bangunan Persada Jakarta.

Gambar 4: Lokasi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu



Bangunan Masjid Agung Islamic Centre Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu penuh dengan lambang dan simbol keislaman yang mempunyai makna dan arti mendalam, melihatkan betapa tinggi dan mulianya agama Islam. Masjid Agung Islamic Centre telah menjadi icon Kabupaten Rokan Hulu yang dijuluki Negeri Seribu Suluk telah meningkatkan fungsi Masjid yang tidak hanya sekedar tempat melaksanakan ibadah shalat, melainkan diperluas sesuai dengan motonya Masjid sebagai sarana ibadah, meraih berkah, meningkatkan marwah. Dimana Masjid dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana serta program dan kegiatan yang terencana, terukur serta mempunyai visi yang jauh kedepan, sehingga Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu telah menunjukkan bagaimana Masjid yang professional dan paripurna.

Masjid Agung Islamic Centre merupakan aset milik Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hulu yang pembangunannya didanai oleh APBD Kabupaten Rokan Hulu sampai saat ini tidak kurang dari 400 Miliar telah dihabiskan untuk membangun Masjid yang dapat menampung 10.000-15.000 jamaah ini.

Pengelolaan Masjid ini sepenuhnya diurus oleh Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dibawah Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hulu. Dalam kesehariannya dibantu oleh pekerja profesional lainnya yang terdiri dari pegawai sekretariat, *cleaning service*, pekerja taman, petugas keamanan dan kesehatan.

Kegiatan Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu adalah melaksanakan shalat fardhu 5 waktu secara berjamaah, terutama waktu zuhur dan ashar, dimana seluruh pegawai yang berjumlah hampir 3.000 orang dianjurkan shalat berjamaah di Masjid ini. Kegiatan lainnya adalah ceramah agama yang

dilaksanakan rutin setiap pagi Selasa dengan materi dan penceramah yang sudah ditetapkan.

Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu juga memiliki sarana pendidikan yang sangat strategis, yaitu SMP Negeri Tahfidzul Qur'an, Madrasah Aliyah (SMA Tahfidzul Qur'an) dan Institut Sains Al-Qur'an Kabupaten Rokan Hulu dibawah asuhan Ustadz Dr. H. Mustafa Umar, Lc. MA yang merupakan pakar tafsir Provinsi Riau.

Disamping kegiatan tersebut Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu juga menyelenggarakan rangkaian kegiatan Ramadhan, ikhtikaf bersama serta kegiatan peringatan hari besar Islam terkhusus bulan Ramadhan disediakan baik sahur ataupun berbuka untuk 500 orang setiap harinya.

Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana mulai dari tempat ibadah, penyejuk ruangan, sound system dan multimedia, sehingga menambah kenyamanan dalam menjalankan ibadah. Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dihiasi dengan berbagai khaligrafi serta lampu gantung seberat 2 ton yang terbuat dari plat kuningan dari Italia, dan batu hias, batu oksidasi dari Jawa Timur, batu akik dari Kalimantan dan Turki, batu cristoplas dari Jawa Barat dan batu kalimaya dari Banten, kaca lampu Gold Spectrum dari Amerika dan bagian tengah merupakan perisai muslim. Sebagian pinggir terdapat rantai yang merupakan persatuan umat Islam, 8 bilah pedang sabilillah Khaidir Ali, 16 busur panah Syadina Ali bin Abi Thalib dan 8 tombak Abu Bakar Assiddiq, ditambah dengan bunga Kusuma lambang kejayaan Islam dan dikelilingi surat Al-Fatihah, surat Al-Kafirun, surat An-Nas serta 99 Asmaul Husna.

Gambar 5: Seni Kaligrafi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu



Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu juga dilengkapi dengan sarana MCK (Mandi Cuci Kakus) yang cukup dan memadai, tempat wudhu yang nyaman dan bersih, sajadah dari Turki. Sarana perpustakaan baik digital maupun manual, TV Madani, Radio Daerah, Poli klinik, Aula serbaguna, Bisnis Center serta ruang belajar yang dilengkapi pintu utara, pintu utama Khadijah 1, pintu kanan Abu Bakar Assidiq, pintu kiri Umar bin Khattab, sedangkan bagian kubah utama diameter 25 M, tinggi 55 M, dan didampingi 4 unit menara tinggi 66.66 M ditambah dengan menara setinggi 99 Meter yang dapat melihat seluruh keindahan Kabupaten Rokan Hulu dan merupakan objek wisata yang menarik perhatian pengunjung.

2. Visi dan Misi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

a. Visi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu

Terwujudnya Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu menjadi pusat kajian Islam dan penerapan nilai-nilai Al-Qur'an serta pembinaan umat secara Islami dalam rangka mewujudkan masyarakat Islami sehingga menjadi pelopor pengembangan Islam di dunia Internasional.

b. Misi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

Untuk terlaksananya visi di atas, maka perlu dilakukan misi sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan pengelolaan Masjid secara profesional dan bertanggung jawab berstandar Internasional.
- 2) Meningkatkan kegiatan kemasjidan baik dibidang imarah, idarah, maupun riayah.
- 3) Meningkatkan fungsi Masjid sebagai tempat ibadah sekaligus aktifitas sosial umat dan ekonomi masyarakat Islam.
- 4) Menjadikan Masjid sebagai pusat kajian dan penerapan imtak dan imtek serta wadah pemersatu ulama Islam.
- 5) Menjadikan Masjid sebagai siar kebesaran Islam dan simbol persatuan, kesatuan dan kemajuan umat Islam.
- 6) Menjadikan Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu sebagai pelopor Masjid paripurna bertaraf Internasional.

c. Motto Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

“Masjid sebagai tempat aktifitas ibadah untuk meraih berkah guna meningkatkan marwah”.

3. Program Kemakmuran Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

- a. Menyelenggarakan ibadah shalat fardhu.
- b. Menyelenggarakan ibadah shalat jum'at.
- c. Menyelenggarakan Kegiatan hari besar Islam.
- d. Menyelenggarakan dakwah Islam/tabliq akbar.
- e. Menyelenggarakan pengajian rutin sekali seminggu.
- f. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan.
- g. Pemberdayaan zakat, infak, shadaqah dan wakaf.
- h. Menyelenggarakan kultum setiap shalat zuhur.
- i. Pengajian rutin ASN (Aparatur Sipil Negara) selasa pagi.

4. Sarana dan prasarana Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

- a. Sarana ibadah.
- b. Sarana pengelolaan Masjid.
- c. Sarana penunjang Masjid.
- d. Sarana pendidikan.
- e. Sarana kenyamanan dan keamanan Masjid.
- f. Sarana ekonomi Masjid.

C. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang sangat penting untuk mengetahui jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, setiap individu yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada diangket dapat diidentifikasi karakteristik responden dalam pengambilan keputusan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 7: Jenis Kelamin Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020.

Dari tabel di atas diketahui bahwa yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak mengambil keputusan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu yaitu berjumlah 57 orang atau sebesar 57%.

b. Umur Responden

Tabel 8: Umur Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

NO	Kelompok Umur	Jumlah (Orang)	Persentase
1	< 17 Tahun	0	0%
2	17-29 Tahun	17	17%
3	30-39 Tahun	66	66%
4	40-49 Tahun	9	9%
5	> 50 Tahun	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa yang berumur 30-39 tahun lebih banyak mengambil keputusan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu yaitu sebanyak 66 orang atau sebesar 66%.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 9: Pendidikan Terakhir Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	SD/MI	5	5%
2	SMP/MTS	7	7%
3	SMA/SMK/MA	32	32%
4	Akademi/Diploma	12	12%
5	Sarjana	38	38%
6	Pasca Sarjana	6	6%
Jumlah		Orang	100%

Sumber: Data Olahan, 2020.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan wisatawan yang mengambil keputusan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu lebih besar berpendidikan Sarjana yaitu berjumlah 38 orang atau sebesar 38%.

d. Pekerjaan Responden

Tabel 10: Pekerjaan Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	9	9%
2	PNS/Karyawan BUMN	19	19%
3	Karyawan	21	21%
4	TNI/POLRI	2	2%
5	Wiraswasta	26	26%
6	Lain-lain	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pekerjaan wisatawan yang mengambil keputusan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu lebih banyak bekerja sebagai wiraswasta yaitu berjumlah 26 orang atau sebesar 26%.

e. Penghasilan Responden

Tabel 11: Penghasilan Responden Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	< Rp. 2.500.000	19	19%
2	Rp. 2.500.000-Rp. 3.000.000	66	66%
3	Rp. 3.000.000-Rp. 4.500.000	13	13%
4	Rp. 4.500.000-Rp. 10.000.000	2	2%
5	> Rp. 10.000.000	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa wisatawan yang mengambil keputusan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu lebih banyak berpenghasilan Rp. 2.500.000-Rp. 3.000.000 yaitu berjumlah 66 orang atau sebesar 66%.

2. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu (X)

Hasil penelitian mengenai Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dengan indikator religiusitas, karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata. Adapun tanggapan wisatawan/pengunjung tentang Variabel-variabel yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu adalah sebagai berikut:

a. Faktor Religiusitas (X1)

1) *Religious practice* (ritual/syariah)

Religious practice yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban ritual didalam agamanya, seperti shalat, zakat, puasa, haji, membaca Al-Qur'an, berdo'a, berzikir, ibadah qurban, dan i'tikaf di Masjid.

Tabel 12: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Menambah Semangat Dalam Beribadah

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	71	71%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 1, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat menambah semangat dalam beribadah, yaitu berjumlah 71 orang atau sebesar 71%.

2) *Religious Beliefe* (ideologi/aqidah)

Yakni sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat fundamental dan dogmatik didalam ajaran agamanya.

Tabel 13: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Memperkuat Keyakinan Kepada Allah SWT

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	6	6%
2	Setuju	67	67%
3	Netral	19	19%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 2, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat memperkuat keyakinan kepada Allah SWT, yaitu berjumlah 67 orang atau sebesar 67%.

3) *Religious Knowledge* (intelektual/ilmu)

Yakni sejauh mana seseorang mengetahui tentang ajaran agamanya. Hal ini berhubungan dengan aktifitas seseorang untuk mengetahui ajaran-ajaran dalam agamanya.

Tabel 14: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Menambah Pengetahuan Tentang Manfaat Mengunjungi Wisata Religi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	66	66%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 3, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat menambah pengetahuan tentang manfaat mengunjungi wisata religi, yaitu berjumlah 66 orang atau sebesar 66%.

4) *Religious Feeling* (perasaan)

Yakni terkait perasaan dan pengalaman-pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami.

Tabel 15: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Membuat Perasaan Menjadi Tenang dan Damai Karena Merasa Lebih Dekat Kepada Allah SWT

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	60	60%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 4, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat membuat perasaan menjadi tenang dan damai karena merasa lebih dekat kepada Allah SWT, yaitu berjumlah 60 orang atau sebesar 60%.

5) *Religious Effect* (konsekuensial/akhlaq)

Yakni terkait sejauh mana perilaku seseorang dimotivasikan oleh ajaran agamanya didalam kehidupannya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain.

Tabel 16: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Dapat Memotivasi Untuk Menjaga Keindahan Alam Ciptaan Allah SWT

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	4	4%
2	Setuju	74	74%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 5, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat memotivasi untuk menjaga keindahan alam ciptaan Allah SWT, yaitu berjumlah 74 orang atau sebesar 74%.

b. Faktor Karakteristik Wisatawan (X2)

Dalam dimensi ini, penulis mengajukan delapan (8) pernyataan yang menjadikan gambaran Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan

Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu yang meliputi karakteristik sosial, karakteristik ekonomi (pendapatan, usia, pendidikan, dan pengalaman sebelumnya) dan karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).

1) Karakteristik Sosial

Tabel 17: Tanggapan Pengunjung Tentang Karakteristik Sosial Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	16	16%
2	Setuju	65	65%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 6, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan faktor sosial mempengaruhi untuk berkunjung pada wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 65 orang atau sebesar 65%.

2) Karakteristik Ekonomi

Dalam indikator ini, penulis mengajukan empat (4) pernyataan mengenai karakteristik ekonomi yang terdiri dari: tingkat pendapatan, usia, pendidikan dan pengalaman sebelumnya.

Tabel 18: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Tingkat Pendapatan Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	71	71%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 7, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan tingkat pendapatan mempengaruhi untuk berkunjung pada wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 71 orang atau sebesar 71%.

Tabel 19: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Usia Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	6	6%
2	Setuju	77	77%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 8, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan usia mempengaruhi untuk berkunjung pada wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 77 orang atau sebesar 77%.

Tabel 20: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Jenjang Pendidikan Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	72	72%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 9, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan jenjang pendidikan mempengaruhi untuk berkunjung pada wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 72 orang atau sebesar 72%.

Tabel 21: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Pengalaman Sebelumnya Mempengaruhi untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	64	64%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 10, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan pengalaman sebelumnya mempengaruhi untuk berkunjung pada wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 64 orang atau sebesar 64%.

3) Karakteristik Perilaku

Dalam indikator ini, panulis mengajukan tiga (3) pernyataan mengenai karakteristik perilaku yang terdiri dari: motivasi, sikap dan nilai yang dianut.

Tabel 22: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Mengunjungi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat Memotivasi untuk Meningkatkan Karakter Religiusitas di dalam Diri

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	58	58%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 11, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan mengunjungi wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat memotivasi untuk meningkatkan karakter religiusitas didalam diri, yaitu berjumlah 58 orang atau sebesar 58%.

Tabel 23: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Merasa Terkesan Melihat Keindahan Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	72	72%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 12, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan wisatawan merasa terkesan melihat keindahan objek wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 72 orang atau sebesar 72%.

Tabel 24: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Nilai-nilai Agama yang Dianut Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	66	66%
3	Netral	9	9%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 13, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan nilai-nilai agama yang dianut mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 66 orang atau sebesar 66%.

c. Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan (X3)

Dalam dimensi ini, penulis mengajukan dua (2) pernyataan mengenai kesadaran akan manfaat perjalanan yang terdiri dari pengetahuan terhadap destinasi wisata yang dikunjungi dan citra objek wisata.

1) Pengetahuan Terhadap Destinasi Wisata yang Dikunjungi

Tabel 25: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Kualitas Destinasi Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	63	63%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 14, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan kualitas destinasi objek wisata mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 63 orang atau sebesar 63%.

2) Citra Objek Wisata

Tabel 26: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Persepsi Masyarakat Mengenai Citra Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	69	69%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 15, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan persepsi masyarakat mengenai citra objek wisata mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 69 orang atau sebesar 69%.

d. Gambaran Perjalanan (X4)

Dalam dimensi ini, penulis mengajukan enam (6) pernyataan mengenai gambaran perjalanan yang terdiri dari: faktor jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, faktor kendala waktu dan biaya, faktor bayangan akan resiko, ketidakpastian objek wisata yang dikunjungi dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.

1) Faktor Jarak

Tabel 27: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Jarak yang Ditempuh Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tidak Terlalu Jauh

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	53	53%
3	Netral	20	20%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 16, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan jarak yang ditempuh menuju wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tidak Terlalu Jauh, yaitu berjumlah 53 orang atau sebesar 53%.

2) Lama Tinggal di daerah Tujuan Wisata

Tabel 28: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Lama Tinggal di Daerah Tujuan Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	54	54%
3	Netral	23	23%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 17, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan lama tinggal di daerah tujuan wisata mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 54 orang atau sebesar 54%.

3) Faktor Kendala Waktu dan Biaya

Tabel 29: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Waktu yang Ditempuh Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Tidak Terlalu Lama

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	60	60%
3	Netral	26	26%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 18, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan waktu yang ditempuh menuju wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu tidak terlalu lama, yaitu berjumlah 60 orang atau sebesar 60%.

4) Faktor Bayangan Akan Resiko

Tabel 30: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Biaya Transportasi Menuju Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Masih Terjangkau

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	19	19%
2	Setuju	53	53%
3	Netral	19	19%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 19, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan biaya transportasi menuju wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu masih terjangkau, yaitu berjumlah 53 orang atau sebesar 53%.

5) Ketidakpastian Objek Wisata yang dikunjungi

Tabel 31: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Resiko Ketidakpastian Objek Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	54	54%
3	Netral	21	21%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 20, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan resiko ketidakpastian objek wisata mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 54 orang atau sebesar 54%.

6) Tingkat Kepercayaan Terhadap Biro Perjalanan Wisata

Tabel 32: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Kepercayaan Terhadap Biro Perjalanan Wisata Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	53	53%
3	Netral	20	20%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 21, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada

wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 53 orang atau sebesar 53%.

e. Keunggulan Daerah Tujuan Wisata (X5)

Dalam dimensi ini, penulis mengajukan tujuh (7) pernyataan mengenai keunggulan daerah tujuan wisata yang terdiri dari: jenis dan atraksi wisata, kualitas pelayanan yang diberikan, faktor lingkungan fisik dan sosial, faktor situasi politik, faktor aksesibilitas, faktor perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan dan citra (*image*) yang dimiliki.

1) Jenis dan Atraksi Wisata

Tabel 33: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Keindahan Menara 99 M Asmaul Husna Membuat Wisatawan Tertarik untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	57	57%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 22, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan keindahan menara 99 M Asmaul Husna membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 57 orang atau sebesar 57%.

2) Kualitas Pelayanan yang diberikan

Tabel 34: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Pelayanan Pemandu Wisata yang Ramah dan Sopan Santun Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	64	64%
3	Netral	22	22%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 23, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan pelayanan pemandu wisata yang ramah dan sopan santun mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 64 orang atau sebesar 64%.

3) Faktor Lingkungan Fisik dan Sosial

Tabel 35: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Fasilitas yang Lengkap dan Nyaman Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	62	62%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 24, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan fasilitas yang lengkap dan nyaman mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi

Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 62 orang atau sebesar 62%.

4) Faktor Situasi Politik

Tabel 36: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Situasi Politik dikawasan Wisata yang Aman dan Kondusif Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	7	7%
2	Setuju	72	72%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 25, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan situasi politik dikawasan wisata yang aman dan kondusif mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 72 orang atau sebesar 72%.

5) Faktor Akseibilitas

Tabel 37: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Akses Menuju Objek Wisata yang Mudah dijangkau dan Strategis Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	6	6%
2	Setuju	66	66%
3	Netral	19	19%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 26, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan akses menuju objek wisata yang mudah dijangkau dan strategis mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 66 orang atau sebesar 66%.

6) Faktor Perilaku Masyarakat Lokal Terhadap Wisatawan

Tabel 38: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Perilaku Masyarakat Lokal yang Ramah Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	17	17%
2	Setuju	63	63%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 27, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan perilaku masyarakat lokal yang ramah mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 63 orang atau sebesar 63%.

7) Citra (*image*) yang dimiliki

Tabel 39: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Keindahan Arsitektur Bangunan Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Mempengaruhi Wisatawan untuk Berkunjung

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	56	56%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 28, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan keindahan arsitektur bangunan Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung, yaitu berjumlah 56 orang atau sebesar 56%.

3. Faktor-faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Wisatawan (Y)

Adapun faktor-faktor pendorong pengambilan keputusan wisatawan adalah sebagai berikut:

a. Kebutuhan atau Keinginan untuk Melakukan Wisata

Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan wisata didasarkan oleh calon wisatawan, yang selanjutnya ditimbang-timbang apakah perjalanan tersebut memang harus dilakukan atau tidak.

Tabel 40: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Karena Keinginan Sendiri

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	21	12%
2	Setuju	64	64%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 29, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu karena keinginan sendiri, yaitu berjumlah 64 orang atau sebesar 64%.

b. Pencarian dan Penilaian Informasi

Info ini dievaluasi dari segi keterbatasan dana dan waktu alternatif dari berbagai destinasi yang memungkinkan dikunjungi dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.

Tabel 41: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Tidak Mendapat Hambatan Dalam Memperoleh Informasi Mengenai Destinasi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	7	7%
2	Setuju	76	76%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 30, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan wisatawan tidak mendapat hambatan dalam memperoleh informasi mengenai destinasi wisata religi Masjid

Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 76 orang atau sebesar 76%.

c. Keputusan Melakukan Perjalanan Wisata

Keputusan ini meliputi antara lain daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, jenis akomodasi, cara bepergian dan aktifitas yang akan dilakukan didaerah tujuan wisata.

Tabel 42: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Merupakan Pilihan yang Tepat Dibandingkan Wisata Konvensional Lainnya

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	66	66%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 31, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu merupakan pilihan yang tepat dibandingkan wisata konvensional lainnya, yaitu berjumlah 66 orang atau sebesar 66%.

d. Persiapan Perjalanan dan Pengalaman Wisata

Wisatawan melakukan *booking* dengan segala persiapan pribadi dan akhirnya perjalanan wisata dilakukan.

Tabel 43: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Memutuskan untuk Mengunjungi Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu Guna Memperoleh Ilmu dan Hikmah yang Bermanfaat

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	2	2%
2	Setuju	71	71%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 32, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan wisatawan memutuskan untuk mengunjungi wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu guna memperoleh ilmu dan hikmah yang bermanfaat, yaitu berjumlah 71 orang atau sebesar 71%.

e. Evaluasi Kepuasan Perjalanan Wisata

Wisatawan secara sadar dan tidak sadar selalu melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisatanya yang akan mempengaruhi keputusan perjalanan wisatanya dimasa yang akan datang.

Tabel 44: Tanggapan Pengunjung Tentang Pernyataan Wisatawan Merasa Puas Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	62	62%
3	Netral	17	17%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Olahan Pernyataan Angket No. 33, 2020.

Dari jawaban di atas dapat dilihat bahwa pengunjung lebih dominan menjawab setuju, tentang pernyataan wisatawan merasa puas berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, yaitu berjumlah 62 orang atau sebesar 62%.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji yang digunakan dalam penelitian ada dua (2) yaitu:

a. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ($\alpha=0,05$) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Dari hasil penelitian terhadap indikator setiap variabel dalam penelitian ini semuanya valid. Indikator setiap variabel signifikan terhadap topik yang diteliti. Berikut hasil dari pengujian validitas untuk item-item Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

Berikut ini disajikan tabel tentang hasil uji validitas dan butir-butir pernyataan responden penelitian:

Tabel 45: Hasil Uji Validitas

Variabel/Item	<i>Corrected Item-Total Correlation/</i> R hitung	R tabel $\alpha=0,05$	Keterangan Hasil
X1			
X1_1	0,585	0,1966	Valid
X1_2	0,421	0,1966	Valid
X1_3	0,445	0,1966	Valid
X1_4	0,407	0,1966	Valid
X1_5	0,406	0,1966	Valid
X2			
X2_1	0,794	0,1966	Valid
X2_2	0,765	0,1966	Valid
X2_3	0,330	0,1966	Valid
X2_4	0,418	0,1966	Valid
X2_5	0,606	0,1966	Valid
X2_6	0,722	0,1966	Valid
X2_7	0,765	0,1966	Valid
X2_8	0,810	0,1966	Valid
X3			
X3_1	0,622	0,1966	Valid
X3_2	0,622	0,1966	Valid
X4			
X4_1	0,942	0,1966	Valid
X4_2	0,919	0,1966	Valid
X4_3	0,293	0,1966	Valid
X4_4	0,870	0,1966	Valid
X4_5	0,897	0,1966	Valid
X4_6	0,942	0,1966	Valid
X5			
X5_1	0,768	0,1966	Valid
X5_2	0,628	0,1966	Valid
X5_3	0,804	0,1966	Valid
X5_4	0,358	0,1966	Valid
X5_5	0,398	0,1966	Valid
X5_6	0,567	0,1966	Valid
X5_7	0,757	0,1966	Valid
Y			
Y1	0,604	0,1966	Valid
Y2	0,366	0,1966	Valid
Y3	0,380	0,1966	Valid
Y4	0,453	0,1966	Valid
Y5	0,631	0,1966	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Statistic 23.0.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua indikator variabel dapat dikatakan valid karena, jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item-item pernyataan dinyatakan valid.

Diketahui nilai dengan taraf signifikan 5% ($\alpha=0,05$) adalah sebagai 0,1966 (lihat tabel r) dan nilai ini dibandingkan dengan nilai r_{hitung} dan r_{hitung} dalam uji validitas ini adalah pada kolom *Item-Total Statistic (Corrected Item-Total)*. Dan dari tabel di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang dari r_{tabel} . Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach's Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar 0,6 atau lebih. Reliabilitas ini akan dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya. Dan jumlah butir pernyataan yang dapat diuji pada uji reliabilitas ini sebanyak 33 butir. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 46: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,692	0,6	Reliabel
X2	0,881	0,6	Reliabel
X3	0,764	0,6	Reliabel
X4	0,934	0,6	Reliabel
X5	0,849	0,6	Reliabel
Y	0,721	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Berdasarkan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* di atas dapat disimpulkan bahwa 33 butir pernyataan tentang Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha setiap* variabel $\geq 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 47: Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.02203478
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.191

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Berdasarkan uji normalitas pada tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikan variabel $> \alpha$ yaitu $0,191 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 48: Hasil Uji Multikolinieritas

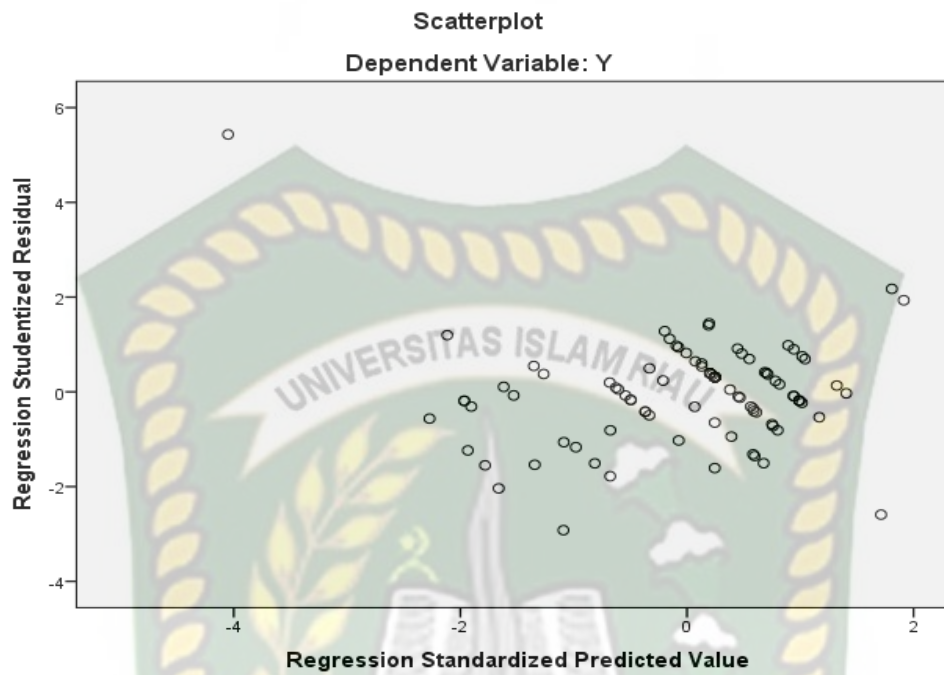
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.742	.960			
	X1	.263	.074	.259	.400	2.502
	X2	.125	.057	.216	.219	4.573
	X3	.309	.151	.159	.356	2.806
	X4	.085	.038	.147	.486	2.058
	X5	.149	.071	.233	.172	5.805

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Berdasarkan uji multikolinieritas pada tabel di atas terlihat bahwa variabel religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 49: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas karena sebaran data menyebar.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 50: Hasil Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.893 ^a	.798	.787	1.04886	2.099

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka DW sebesar 2,099. Sebagai pedoman umum Durbin-Watson berkisar 0 dan 4. Jika nilai statistik Durbin-Watson lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka residual atau error dari model regresi berganda tidak bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*. Berdasarkan uji autokorelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai DW 2,099 > DU 1,777 dan < 4 – DU = 2,223.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda melalui *SPSS for Windows versi 23.0*, maka diperoleh nilai-nilai untuk variabel bebas dan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 51: Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.742	.960		1.814	.073
X1	.263	.074	.259	3.534	.001
X2	.125	.057	.216	2.172	.032
X3	.309	.151	.159	2.050	.043
X4	.085	.038	.147	2.210	.030
X5	.149	.071	.233	2.088	.039

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a (\text{constant}) + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 1,742 + 0,263 + 0,125 + 0,309 + 0,085 + 0,149$$

Keterangan :

Y = Pengambilan Keputusan Wisatawan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1= Faktor Religiusitas

X2= Faktor Karakteristik Wisatawan

X3= Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

X4= Gambaran Perjalanan

X5= Keunggulan Daerah Tujuan Wisata

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disusun persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta (a) sebesar 1,742. Artinya adalah apabila variabel religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata diasumsikan nol (0), maka pengambilan keputusan wisatawan (Y) bernilai 1,742.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X_1) sebesar 0,263. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel religiusitas sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan wisatawan (Y) sebesar 0,263 dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel karakteristik wisatawan (X_2) sebesar 0,125. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel karakteristik wisatawan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan wisatawan (Y) sebesar 0,125 dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kesadaran akan manfaat perjalanan (X_3) sebesar 0,309. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel kesadaran akan manfaat perjalanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan wisatawan (Y) sebesar 0,309 dengan asumsi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 tetap.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel gambaran perjalanan (X_4) sebesar 0,085. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel gambaran perjalanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan

wisatawan (Y) sebesar 0,085 dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 tetap.

- 6) Nilai koefisien regresi variabel keunggulan daerah tujuan wisata (X_5) sebesar 0,149. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel keunggulan daerah tujuan wisata sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan wisatawan (Y) sebesar 0,149 dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 tetap.

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan antar variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan menggunakan Uji-t (Uji Parsial) dengan menggunakan *SPSS for Windows versi 23.0*, maka dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 52: Hasil Uji-t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.742	.960		1.814	.073
1 X1	.263	.074	.259	3.534	.001
X2	.125	.057	.216	2.172	.032
X3	.309	.151	.159	2.050	.043
X4	.085	.038	.147	2.210	.030
X5	.149	.071	.233	2.088	.039

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Dari hasil pengolahan Uji-t pada tabel di atas dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai t_{hitung} variabel religiusitas (X_1) sebesar 3,534 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 94 ($df = n-k-1$) ($100-5-1 = 94$) maka akan terlihat bahwa, $t_{hitung} >$

t_{tabel} atau $3,534 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dimana nilai (sig) sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor religiusitas terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

- 2) Nilai t_{hitung} variabel karakteristik wisatawan (X_2) sebesar 2,172 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 94 ($df = n-k-1$) ($100-5-1 = 94$) maka akan terlihat bahwa, $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $2,172 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dimana nilai (sig) sebesar $0,032 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel karakteristik wisatawan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
- 3) Nilai t_{hitung} variabel kesadaran akan manfaat perjalanan (X_3) sebesar 2,050 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 94 ($df = n-k-1$) ($100-5-1 = 94$) maka akan terlihat bahwa, $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $2,050 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dimana nilai (sig) sebesar $0,043 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kesadaran akan manfaat

perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

- 4) Nilai t_{hitung} variabel gambaran perjalanan (X_4) sebesar 2,210 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 94 ($df = n-k-1$) ($100-5-1 = 94$) maka akan terlihat bahwa, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,210 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dimana nilai (sig) sebesar $0,030 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel gambaran perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
- 5) Nilai t_{hitung} variabel keunggulan daerah tujuan wisata (X_5) sebesar 2,088 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 94 ($df = n-k-1$) ($100-5-1 = 94$) maka akan terlihat bahwa, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,088 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dimana nilai (sig) sebesar $0,039 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.

c. Uji-F (Uji Simultan)

Uji- F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas (X) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat (Y). Hasil pengujian Uji-F tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 53: Hasil Uji-F (Uji Simultan)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.349	5	81.470	74.056	.000 ^b
	Residual	103.411	94	1.100		
	Total	510.760	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 74,056 sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan (α) 5 dengan df 1 sebesar 5 ($k-1 = 5-1 = 4$), df 2 sebesar 94 ($n-k-1 = 100-5-1 = 94$), maka F_{tabel} diperoleh sebesar 2,20.

Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $74,056 > 2,20$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara simultan ada pengaruh yang sangat signifikan dari faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, dimana nilainya sebesar 74,056.

d. Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi bertujuan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel yang satu dengan yang lainnya, maka digunakan koefisien korelasi dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 23.0*, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 54: Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.893 ^a	.798	.787	1.04886	2.099

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Dari tabel di atas diketahui nilai R menunjukkan korelasi berganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari tabel diatas diketahui nilai R sebesar 0,893. Artinya ada hubungan yang sangat kuat dari faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, dimana nilai keeratan hubungannya sebesar 89,3%.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah besaran yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas (X).

Tabel 55: Hasil Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.893 ^a	.798	.787	1.04886	2.099

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan *IBM SPSS Statistic 23.0*.

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,787. Artinya adalah bahwa kontribusi pengaruh variabel independen (faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan wisatawan) adalah sebesar 78,7%, sedangkan sisanya sebesar 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Hasil penelitian di atas diketahui bahwa Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu adalah faktor religiusitas (X_1) yang terdiri dari beberapa indikator seperti *religious practice* (ritual/syariah), *religious believe* (ideologi/aqidah), *religious knowledge* (intelektual/ilmu), *religious feeling* (perasaan), *religious effect* (konsekuensial/akhlaq); faktor karakteristik wisatawan (X_2) yang terdiri dari indikator karakteristik sosial, karakteristik ekonomi, karakteristik perilaku; kesadaran akan manfaat perjalanan (X_3) yang terdiri dari indikator pengetahuan terhadap destinasi wisata yang dikunjungi dan citra objek wisata; gambaran perjalanan (X_4) yang terdiri dari

indikator faktor jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, faktor kendala waktu dan biaya, faktor bayangan akan resiko, ketidakpastian objek wisata yang akan dikunjungi dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan; keunggulan daerah tujuan wisata (X_5) yang terdiri dari indikator jenis dan atraksi wisata, kualitas pelayanan yang diberikan, faktor lingkungan fisik dan sosial, faktor situasi politik, faktor aksesibilitas, faktor perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan dan citra (*image*) yang dimiliki.

Berdasarkan hasil hipotesis diketahui bahwa; 1) terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,534 > 1,985$ dan nilai (sig) sebesar $0,001 < 0,05$; 2) terdapat pengaruh signifikan antara faktor karakteristik wisatawan terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,172 > 1,985$ dan nilai (sig) sebesar $0,032 < 0,05$; 3) terdapat pengaruh signifikan antara variabel kesadaran akan manfaat perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,050 > 1,985$ dan nilai (sig) sebesar $0,043 < 0,05$; 4) terdapat pengaruh signifikan antara gambaran perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,210 > 1,985$ dan nilai sig (sig) sebesar $0,030 < 0,05$; 5) terdapat pengaruh signifikan antara keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Hal ini dapat diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,088 > 1,985$ dan nilai (sig) sebesar $0,039 < 0,05$.

Maka secara parsial dari kelima variabel bebas, koefisien yang nilainya paling besar dan signifikan adalah faktor religiusitas (X_1). Artinya diantara kelima variabel bebas tersebut variabel yang paling dominan dalam pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu adalah faktor religiusitas (X_1) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,534 > 1,985$ dan nilai (sig) sebesar $0,001 < 0,05$.

Secara simultan dapat diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $74,056 > 2,20$ yang berarti H_0 ditolak. Artinya adalah bahwa variabel independen (faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata) secara bersama-sama dan terus-menerus berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan wisatawan).

Hubungan antara faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata dengan pengambilan keputusan wisatawan termasuk dalam kategori memiliki hubungan yang cukup kuat, hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi (R) sebesar 89,3%.

Pengaruh variabel independen (faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan wisatawan) yang dapat diketahui dari koefisien determinasi sebesar 78,7%, sedangkan sisanya sebesar 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun hasil dari perumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara faktor religiusitas terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel karakteristik wisatawan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kesadaran akan manfaat perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel gambaran perjalanan terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
5. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
6. Secara simultan ada pengaruh yang sangat signifikan dari faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan

keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, dimana nilainya sebesar 74,056.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial, variabel yang paling dominan yaitu faktor religiusitas terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
2. Dari uji simultan dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata terhadap pengambilan keputusan wisatawan berkunjung pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu.
3. Dari analisis korelasi antara variabel bebas (faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata) dengan variabel terikat (pengambilan keputusan wisatawan) memiliki hubungan yang sangat kuat.
4. Pengaruh variabel bebas (faktor religiusitas, faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata) terhadap variabel terikat (pengambilan keputusan

wisatawan) memberikan pengaruh yang besar, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Badan pengelola wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu harus meningkatkan lagi kualitas citra destinasi objek wisata agar kedepannya bisa semakin meningkatkan kesadaran wisatawan akan manfaat perjalanan, sehingga jumlah pengunjung terus meningkat setiap tahunnya.
2. Diketahui bahwa frekuensi berkunjung wisatawan umumnya lebih dari satu kali atau berdasarkan pengalaman sebelumnya. Jadi untuk membuat pengunjung tidak bosan dan pengalaman mereka lebih berkesan sebaiknya kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan dapat lebih divariasikan atau ditambah lagi. Karena area objek wisata religi tersebut cukup luas yaitu 22 Ha dan masih banyak lahan yang kosong, mungkin dapat ditambah untuk atraksi wisata olahraga religi seperti berkuda dan memanah sehingga kunjungan wisatawan pada wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu terus meningkat setiap tahunnya.
3. Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu telah menjadi ikon Kabupaten Rokan Hulu dan menjadi destinasi wisata religi favorit di Provinsi Riau khususnya di Kabupaten Rokan Hulu. Dengan adanya prestasi yang diterima tersebut, pihak pengelola Masjid harus mampu menjaga amanah yang telah dititipkan dari masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung. Masyarakat di Kabupaten Rokan Hulu sebaiknya juga ikut berperan dalam menjaga

kelestarian objek wisata religi Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dengan lebih menambah semangat untuk terus memakmurkan Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu dan Masjid-masjid lainnya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, Buchari, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Cheriatna, 2018, *Laris Manis Bisnis Wisata Halal*, Gema Insani, Depok.
- Pitana, I Gde, dan Putu G. Gayatri, 2007, *Sosiologi Pariwisata*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Marsono, Fahmi Prihantoro, Popi Irawan, Yulita Kusuma Sari, 2018, *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Mesjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan dan Sosial*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta.
- J. Setiadi, Nugroho, 2015, *Perilaku Konsumen*, Kencana, Jakarta.
- Priyadi, Unggul, 2016, *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*, Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Riduwan, Adun Rusyana, dan Enas, 2011, *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Riduwan, 2014, *Dasar-dasar Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- Riduwan dan Akdon, 2015, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- Salim Fahad, Bahammam, 2012, *Panduan Wisatawan Muslim*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta.
- Sanusi, Anwar 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita, 2011, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sucipto, Hery dan Fitria Andayani, 2014, *Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya Wisata Syariah*, Grafindo, Jakarta.
- Ulung, Gagas, 2013, *Wisata Ziarah 90 Destinasi Wisata Ziarah dan Sejarah di Jogja, Solo, Magelang, Semarang, Cirebon (Mesjid, Candi, Gua, Makam, Kelenteng, Situs)*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Utama, I Gusti Bagus Rai, 2017, *Pemasaran Pariwisata*, CV Andi Offset, Yogyakarta.

Wahab, Salah, 1997, *Pemasaran Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta.

Dokumentasi:

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2009, CV. Fajar Mulya, Surabaya.

Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, 2008, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Keputusan Presiden RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang, *Kepariwisataan*.

Skripsi:

Amalina, Dina, 2017, *Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Religi Mesjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu*, Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru.

Sari, Fitri Pratika, 2018, *Analisis Pengelolaan Mesjid Agung Madani Islamic Center Sebagai Objek Wisata Religi di Kabupaten Rokan Hulu*, Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.

Wardani, Fatikha Hayura, 2018, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Religi di Kabupaten Demak (Studi pada Mesjid Agung Demak)*, Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.

Jurnal:

Chotib, Moch, 2015, *Wisata Religi di Kabupaten Jember*, *Jurnal Fenomena*, Vol. 14, No. 2.

Narulita, Sari, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajdi, dan Umi Khumaeroh, 2017, *Pembentukan Karakter Religius Melalui Wisata Religi*, *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan*, Vol. 1, No. 1.

Rimet, 2019, *Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Thereath)*, *Jurnal Syarikat*, Vol. 2, No. 1.

Wardana, Data, dan Raden Imam Al Hafis, 2018, Peranan Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu Dalam Pengelolaan Objek Wisata Rumah Batu Serombou di Desa Serombou Indah Kecamatan Rambah Hilir, *Jurnal Wedana*, Vol. IV, No. 1.

Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, dan Muhammad Yusuf, 2018, Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Wisata Syariah, *Jurnal Al-Hikmah*, Vol. 15, No. 2.

Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, dan Muhammad Yusuf, 2019, *An Analysis Of Citizens Understanding on Sharia Tourism in Pekanbaru City Indonesia*, *Journal WSEAS Transactions on Business and Economics*, Vol. 16, No. 1.

Zulkifli, Lolyta Permata, dan Boy Syamsul Bakhri, 2019, *The Potency of Culinary Tourism in Devolopment of Sharia Tourism at Pekanbaru City*, *Journal of Management*, Vol. 6, No. 1.