

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu

Syekh Hasan Syadzali atau yang biasa dikenal dengan Syekh Syadzali adalah seorang ulama yang berasal dari Irak, Timur Tengah. Karena kondisi cuaca di Irak yang sangat panas, suatu ketika beliau menginginkan tempat beribadah yang tenang dan sejuk untuk beribadah kepada Allah. Kemudian pada suatu malam Allah menjawab doanya tersebut, dengan beliau bermimpi bertemu Rasulullah SAW. Dalam mimpi tersebut Rasulullah memberikan sebuah petunjuk tentang tempat tersebut kepada Syekh Syadzali. Setelah bermimpi demikian maka Syekh Syadzali dan beberapa pengikutnya melakukan sebuah perjalanan. Hingga pada suatu hari sampailah mereka di Jawa yaitu di daerah sekitar gunung Muria. Singkat cerita, Syekh Syadzali kemudian membangun bangunan di sebuah bukit di sebelah utara gunung Muria sebagai tempat untuk tinggal dan beribadah beserta para pengikutnya.¹

Makam Syekh Syadzali ini berada di utara desa Japan yaitu berada di tengah hutan yang bernama Rejenu. Berdasarkan cerita dari pengurus makam yaitu Bapak Karno Ihsan, kata Rejenu adalah nama dari sebuah hutan (alas) yang ada di tempat tersebut. Sedangkan menurut pengurus lain yaitu Bapak Saroni yang dinukil dari pendapat Mbah Ahmad Basyir, kata Rejenu berasal dari dua bahasa. Pertama, dari bahasa Arab رَجَاؤُونَ yang artinya harapan, berharap agar bisa lebih dekat dengan Allah SWT. Sedangkan yang kedua berasal dari bahasa Jawa yaitu *ngresenu* yang artinya menyendiri, bertapa untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.² Makam ini

¹ Karno Ihsan, wawancara oleh penulis, 15 September, 2020, wawancara 1, transkrip.

² Saroni, wawancara oleh penulis, 20 September, 2020, wawancara 2, transkrip.

ditemukan pada tahun 1922 M oleh tiga orang Musafir yang berasal dari Arab.

Awal mulanya makam ini ditemukan oleh warga-warga sekitar yang sedang mencari kayu bakar atau makanan untuk hewan ternak mereka. Mereka menemukan makam ini dibawah pohon besar. Karena ketidaktahuan mereka, maka makam tersebut dibiarkan saja hingga datangnya para Musafir tersebut.

Diceritakan bahwa tujuan para Musafir tersebut adalah untuk mencari leluhur mereka. Mereka mencari di seluruh pulau Jawa, dari mulai Banten (Syekh Hasanuddin) hingga Surabaya (Sunan Ampel) namun belum juga ditemukan. Kemudian mereka memutuskan untuk menelusuri kembali ke utara hingga sampai di Kudus. Setelah sampai di Kudus kemudian mereka melanjutkan perjalanan hingga beristirahat dan bermalam di sebuah desa yang bernama desa Piji. Di desa tersebut mereka bertemu dengan seorang kyai yaitu Kyai Amin Nasir. Kemudian mereka bercerita bahwa mereka sedang mencari sebuah makam tanpa memberitahu makam siapa yang sedang dicari.

Setelah mendengar penjelasan tersebut kemudian Kyai Amin Nasir memberikan petunjuk agar datang ke gunung Muria dengan ditemani oleh Ilyas Mansur. Setelah diantar ke gunung Muria, ternyata makam yang dijumpai tidak cocok. Kemudian diantarlah ke Japan untuk bertemu dengan saudara dari Ilyas Mansur yaitu Ahmad Rozi. Disana, para musafir tersebut dipertemukan dengan Buyut Mojo Buyamin, pak lek dari Ahmad Rozi. Buyut Mojo kemudian bercerita tentang penemuan sebuah makam oleh warga sekitar yang berada di tengah hutan dibawah pohon besar.

Berdasarkan cerita tersebut, para musafir ini tertarik dan meminta untuk diantarkan ke makam tersebut. Setelah sampai di makam tersebut para musafir ini kemudian mengambil tanah sedikit kemudian dicium dan membaca takbir sebanyak tiga kali. Setelah itu para musafir ini yakin bahwa makam tersebut adalah makam leluhur mereka dan disampaikanlah bahwa makam tersebut adalah makam leluhur mereka yaitu Syekh Hasan Syadzali. Berdasarkan penemuan makam ini, diketahui

jika Syekh Syadzali hidup sekitar pada tahun 1248 M yang dibuktikan dengan penemuan batu bata merah di sekitar makam. Adapun batu merah tersebut, saat ini disimpan di museum Kudus.³

Dalam sebuah penemuan, pasti tidak lepas dengan adanya sebuah peninggalan. Adapun peninggalan dari Syekh Syadzali yang masih bisa dirasakan sampai sekarang yaitu air tiga rasa yang terletak disekitar makam. Disebut dengan air tiga rasa karena air tersebut berasal dari tiga sumber mata air yang berbeda, memiliki rasa yang berbeda-beda dan memiliki khasiat yang berbeda pula.

Air pertama, yaitu air yang terletak paling timur disebut dengan ماء الحياة yang memiliki khasiat untuk kesehatan. Kemudian air kedua yang terletak ditengah disebut ماء الرزق yang memiliki khasiat agar orang yang meminumnya rizqinya dilancarkan dan dimudahkan oleh Allah. Dan untuk air yang ketiga atau yang paling barat disebut ماء العلم yang memiliki khasiat untuk orang yang sedang mencari ilmu agar dilancarkan dan dimudahkan oleh Allah SWT.⁴

Selain air tiga rasa yang menjadi andalan dari peninggalan Syekh Syadzali, ada peninggalan lain yang sebenarnya tidak ada hubungannya dengan beliau, yaitu sebuah batu besar yang terletak disebelah makam. Konon ceritanya, batu tersebut adalah batu biasa yang muncul karena adanya longsor di bukit tersebut yang kemudian berhenti disebelah makam. Batu tersebut memiliki ukuran yang besar, sehingga ada beberapa orang yang mau memanfaatkan batu tersebut untuk material bangunan. Namun pada saat batu tersebut dihancurkan, orang yang menghancurkannya kemudian sakit-sakitan dan akhirnya meninggal. Dari kejadian tersebut, masyarakat tidak ada yang berani mengubah posisi batu dan membiarkan batu tersebut sampai sekarang.

³ Karno Ikhsan, wawancara oleh penulis, 15 September, 2020, wawancara 1, transkrip.

⁴ Saron, wawancara oleh penulis, 20 September, 2020, wawancara 2, transkrip.

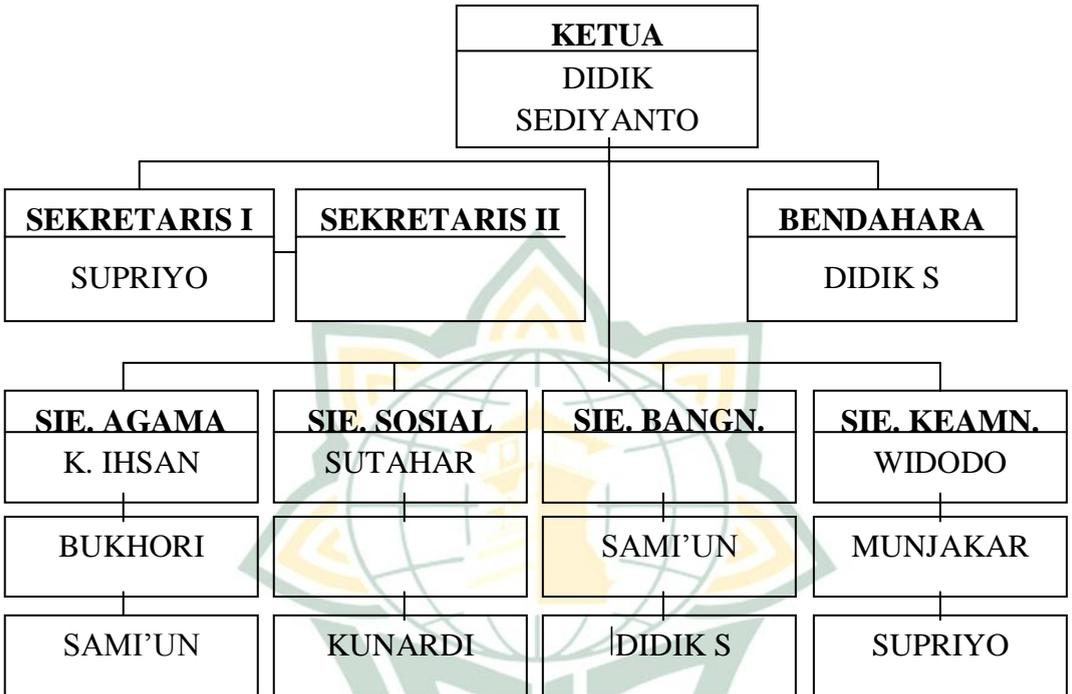
Sekitar pada tahun 1995 makam ini ditata ulang oleh beberapa pengurus makam dan beberapa perangkat desa setempat agar para peziarah yang datang bisa berziarah dengan nyaman dan khusyu'. Penataan ini tidak hanya memugar makam namun juga membangun masjid untuk sholat. Setelah pemugaran ini dilakukan, banyak peziarah yang berdatangan baik dari masyarakat sekitar maupun peziarah yang berasal dari daerah lain. Hal ini memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk mendirikan sebuah usaha disekitar makam, yaitu warung makan dan tempat beristirahat.

Selain usaha tempat makan dan tempat istirahat, untuk memberdayakan masyarakat sekitar para pengurus membuat kelompok untuk ojek, yang dinamakan dengan ROC (Rejenu Ojek Club). Kelompok ojek ini didirikan untuk membantu para peziarah yang tidak kuat untuk menempuh perjalanan ke makam yang sangat jauh dan melelahkan. Mengingat bahwa makam ini terletak ditengah hutan yang berjarak kurang lebih 1 km dari desa dan jalan yang ditempuh juga menanjak dan berliku-liku karena tempatnya yang terletak disebuah bukit. Sampai saat ini, Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu menjadi salah satu obyek wisata religi yang berada di lereng Muria.

- b. Struktur Organisasi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu
Susunan kepengurusan Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu adalah sebagai berikut:⁵

⁵ Dokumentasi Susunan Kepengurusan Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu, dikutip pada 19 Oktober 2020.

Gambar 4.1 Susunan Pengurus Harian Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu



2. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data dari 97 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, melalui daftar pernyataan kuesioner didapat kondisi responden tentang usia responden, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Penggolongan responden bertujuan untuk mengetahui secara jelas tentang gambaran responden yang menjadi objek penelitian.

a. Usia Responden

Adapun data mengenai usia pengunjung Makam Syekh Hasan Syadzali yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Penggolongan Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	10-20	17	17,52%
2	21-30	48	49,49%
3	31-40	11	11,34%
4	41-50	14	14,43%
5	51-60	4	4,12%
6	61-70	2	2,07%
7	71-80	1	1,03%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 97 responden yang diambil, usia 10-20 tahun terdiri dari 17 responden (17,52%), usia 21-30 tahun terdiri dari 48 responden (49,49%), usia 31-40 terdiri dari 11 responden (11,34%), usia 41-50 tahun terdiri 14 responden (14,43%), usia 51-60 terdiri dari 4 responden (4,12%), usia 61-70 tahun terdiri dari 2 responden (2,07%), dan usia 71-80 tahun terdiri dari 1 responden (1,03%).

b. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin pengunjung Makam Syekh Hasan Syadzali yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	JenisKelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	68	70,10%
2	Perempuan	29	29,90%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 97 responden yang diambil, sebanyak 68 responden berjenis kelamin laki-laki (70,10%) dan sebanyak 29 berjenis kelamin perempuan (29,90%).

c. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan pengunjung Makam Syekh Hasan Syadzali yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Penggolongan Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Petani	10	10,31%
2	Pedagang	9	9,28%
3	Karyawan/Swasta	28	28,86%
4	Pelajar/Mahasiswa	20	20,62%
5	Lainnya	30	30,93%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 97 responden, sebanyak 10 responden bekerja sebagai petani (10,31%), 9 responden bekerja sebagai pedagang (9,28%), 28 responden bekerja sebagai karyawan/swasta (28,86%), 20 responden sebagai pelajar/mahasiswa (20,62%), dan 30 responden (30,93%) bekerja sebagai lainnya yang tidak disebutkan di atas.

d. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir pengunjung Makam Syekh Hasan Syadzali yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Penggolongan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	SD/Sederajat	12	12,38%
2	SMP/Sederajat	24	24,74%
3	SMA/Sederajat	57	58,76%
4	Sarjana	4	4,12%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 97 responden, pendidikan terakhir SD/Sederajat sebanyak 12 responden (12,38%), pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 24 responden (24,74%), pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 57 responden (58,76%), dan pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 4 responden (4,12%).

3. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Jawaban dari masing-masing responden dalam hasil penelitian tentang pengaruh citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Citra Destinasi (X1)	X1.1	53	54.6	38	39.2	6	6.2	0	0	0	0
	X1.2	38	39.2	53	54.6	6	6.2	0	0	0	0
	X1.3	35	36.1	44	45.4	15	15	3	3.1	0	0
	X1.4	33	34	50	51.5	11	11	0	0	3	3.1
	X1.5	31	32	46	47.4	16	16	4	4.1	0	0
	X1.6	39	40.2	50	51.5	8	8.2	0	0	0	0
	X1.7	28	28.9	57	58.8	11	11	1	1	0	0
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	36	37.1	42	43.3	18	19	1	1	0	0
	X2.2	34	35.1	48	49.5	13	13	2	2.1	0	0
	X2.3	29	29.9	46	47.4	17	18	5	5.2	0	0
	X2.4	26	26.8	48	49.5	21	22	2	2.1	0	0
	X2.5	34	35.1	47	48.5	15	15	1	1	0	0
	X2.6	34	35.1	47	48.5	16	16	0	0	0	0
	X2.7	41	42.3	43	44.3	13	13	0	0	0	0
	X2.8	41	42.3	35	36.1	18	19	2	2.1	1	1
	X2.9	26	26.8	43	44.3	27	28	1	1	0	0
Fasilitas (X3)	X3.1	54	55.7	37	38.1	6	6.2	0	0	0	0
	X3.2	17	17.5	65	67	13	13	2	2.1	0	0

	X3.3	31	32	50	51.5	14	14	2	2.1	0	0
	X3.4	29	29.9	42	43.3	23	24	3	3.1	0	0
	X3.5	33	34	47	48.5	16	16	1	1	0	0
	X3.6	33	34	48	49.5	13	13	2	2.1	1	1
	X3.7	32	33	51	52.6	13	13	1	1	0	0
Kepuasan Pegunjung (Y)	Y1.1	31	32	49	50.5	17	18	0	0	0	0
	Y1.2	24	24.7	54	55.7	17	18	2	2.1	0	0
	Y1.3	27	27.8	52	53.6	18	19	0	0	0	0
	Y1.4	38	39.2	41	42.3	18	19	0	0	0	0
	Y1.5	35	36.1	53	54.6	8	8.2	1	1	0	0
	Y1.6	34	35.1	48	49.5	15	15	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

a. Variabel Citra Destinasi (X1)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada item X1.1 responden yang menjawab sangat setuju ada 53 responden atau 54,6%. Responden yang menjawab setuju ada 38 responden atau 39,2%. Responden yang menjawab netral ada 6 responden atau 6,2%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab sangat setuju bahwa air tiga rasa menjadi atraksi wisata yang menjadi ciri khas wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu

Item X1.2 responden yang menjawab sangat setuju ada 38 responden atau 39,2%. Responden yang menjawab setuju ada 53 responden atau 54,6%. Responden yang menjawab netral ada 6 responden atau 6,2%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa obyek wisata religi memiliki sumber daya alam yang memadai.

Item X1.3 responden yang menjawab sangat setuju ada 35 responden atau 36,1%. Responden yang menjawab setuju ada 44 responden atau 45,4%. Responden yang menjawab netral ada 15 responden atau 15%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 3 responden atau 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata

responden menjawab setuju bahwa akses menuju lokasi wisata dapat dicapai dengan mudah.

Item X1.4 responden yang menjawab sangat setuju ada 33 responden atau 34%. Responden yang menjawab setuju ada 50 responden atau 51,5%. Responden yang menjawab netral ada 11 responden atau 11%. Responden yang menjawab tidak setuju tidak ada atau 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju ada 3 responden atau 3,1%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa terdapat sarana penunjang mencapai lokasi wisata.

Item X1.5 responden yang menjawab sangat setuju ada 31 responden atau 32%. Responden yang menjawab setuju ada 46 responden atau 47,4%. Responden yang menjawab netral ada 16 responden atau 16%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 4 responden atau 4,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa lokasi wisata dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Item X1.6 responden yang menjawab sangat setuju ada 39 responden atau 40,2%. Responden yang menjawab setuju ada 50 responden atau 51,5%. Responden yang menjawab netral ada 8 responden atau 8,2%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa lokasi wisata mempunyai fasilitas umum yang memadai.

Item X1.7 responden yang menjawab sangat setuju ada 28 responden atau 28,9%. Responden yang menjawab setuju ada 57 responden atau 58,8%. Responden yang menjawab netral ada 11 responden atau 11%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa lokasi wisata memiliki kelembagaan yang berlangsung secara terus menerus agar tujuan kepariwisataan dapat tercapai.

b. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Item X2.1 responden yang menjawab sangat setuju ada 36 responden atau 37,1%. Responden yang

menjawab setuju ada 42 responden atau 43,3%. Responden yang menjawab netral ada 18 responden atau 19%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa petugas di lokasi wisata selalu berpenampilan rapi.

Item X2.2 responden yang menjawab sangat setuju ada 34 responden atau 35,1%. Responden yang menjawab setuju ada 48 responden atau 49,5%. Responden yang menjawab netral ada 13 responden atau 13%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1 % dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa petugas di lokasi wisata selalu merealisasikan apa yang dijanjikan kepada pengunjung untuk pelayanan yang terbaik.

Item X2.3 responden yang menjawab sangat setuju ada 29 responden atau 29,9%. Responden yang menjawab setuju ada 46 responden atau 47, 4%. Responden yang menjawab netral ada 17 responden atau 18%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 5 responden atau 5,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa petugas di lokasi wisata selalu bersikap simpatik dan menenangkan.

Item X2.4 responden yang menjawab sangat setuju ada 26 responden atau 26,8%. Responden yang menjawab setuju ada 48 responden atau 49,5%. Responden yang menjawab netral ada 21 responden atau 22%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa pelayanan di lokasi wisata sangat cepat atau disegerakan.

Item X2.5 responden yang menjawab sangat setuju ada 34 responden atau 35,1%. Responden yang menjawab setuju ada 47 responden atau 48,5%. Responden yang menjawab netral ada 15 responden atau 15%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat

tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa karyawan selalu bersedia membantu pelanggan.

Item X2.6 responden yang menjawab sangat setuju ada 34 responden atau 35,1%. Responden yang menjawab setuju ada 47 responden atau 48,5%. Responden yang menjawab netral ada 16 responden atau 16%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa karyawan selalu dapat dipercaya.

Item X2.7 responden yang menjawab sangat setuju ada 41 responden atau 42,3%. Responden yang menjawab setuju ada 43 responden atau 44,3%. Responden yang menjawab netral ada 13 responden atau 13%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa karyawan selalu bersikap sopan.

Item X2.8 responden yang menjawab sangat setuju ada 41 responden atau 42,3%. Responden yang menjawab setuju ada 35 responden atau 36,1%. Responden yang menjawab netral ada 18 responden atau 19%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju ada 1 responden atau 1%. Jadi, rata-rata responden menjawab sangat setuju bahwa kepentingan setiap pelanggan selalu diperhatikan.

Item X2.9 responden yang menjawab sangat setuju ada 26 responden atau 26,8%. Responden yang menjawab setuju ada 43 responden atau 44,3%. Responden yang menjawab netral ada 27 responden atau 28%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa karyawan memahami kebutuhan spesifik para pelanggan.

c. Variabel Fasilitas (X3)

Item X3.1 responden yang menjawab sangat setuju ada 54 responden atau 55,7%. Responden yang menjawab setuju ada 37 responden atau 38,1%. Responden yang menjawab netral ada 6 responden atau 6,2%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat

tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab sangat setuju bahwa lokasi wisata memiliki desain interior dan arsitektur yang unik pada bangunannya.

Item X3.2 responden yang menjawab sangat setuju ada 17 responden atau 17,5%. Responden yang menjawab setuju ada 65 responden atau 67%. Responden yang menjawab netral ada 13 responden atau 13%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa perlengkapan di lokasi wisata tertata dengan rapi.

Item X3.3 responden yang menjawab sangat setuju ada 31 responden atau 32%. Responden yang menjawab setuju ada 50 responden atau 51,5%. Responden yang menjawab netral ada 14 responden atau 14%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa perlengkapan di lokasi wisata dapat memberikan kenyamanan.

Item X3.4 responden yang menjawab sangat setuju ada 29 responden atau 29,9%. Responden yang menjawab setuju ada 42 responden atau 43,3%. Responden yang menjawab netral ada 23 responden atau 24%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 3 responden atau 3,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa penempatan pencahayaan dan warna yang pas pada lokasi wisata.

Item X3.5 responden yang menjawab sangat setuju ada 33 responden atau 34%. Responden yang menjawab setuju ada 47 responden atau 48,5%. Responden yang menjawab netral ada 16 responden atau 16%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa tata cahaya dan warna memberikan keindahan kepada pengunjung.

Item X3.6 responden yang menjawab sangat setuju ada 33 responden atau 34%. Responden yang menjawab setuju ada 48 responden atau 49,5%. Responden yang menjawab netral ada 13 responden atau 13%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju ada 1 atau 1%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa kebersihan fasilitas selalu terjaga.

Item X3.7 responden yang menjawab sangat setuju ada 32 responden atau 33%. Responden yang menjawab setuju ada 51 responden atau 52,6%. Responden yang menjawab netral ada 13 responden atau 13%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa fasilitas dapat digunakan dengan mudah.

d. Variabel Kepuasan pengunjung (Y)

Item Y1.1 responden yang menjawab sangat setuju ada 31 responden atau 32%. Responden yang menjawab setuju ada 49 responden atau 50,5%. Responden yang menjawab netral ada 17 responden atau 18%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa lokasi wisata dapat merealisasikan apa yang diharapkan pelanggan.

Item Y1.2 responden yang menjawab sangat setuju ada 24 responden atau 24,7%. Responden yang menjawab setuju ada 54 responden atau 55,7%. Responden yang menjawab netral ada 17 responden atau 18%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 2 responden atau 2,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata pengunjung wisata menjawab setuju bahwa peningkatan kinerja memberikan kepuasan pengunjung.

Item Y1.3 responden yang menjawab sangat setuju ada 27 responden atau 27,8%. Responden yang menjawab setuju ada 52 responden atau 53,6%. Responden yang menjawab netral ada 18 responden atau 19%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat

tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa mereka mempunyai keinginan untuk kembali menggunakan produk atau jasa.

Item Y1.4 responden yang menjawab sangat setuju ada 38 responden atau 39,2%. Responden yang menjawab setuju ada 41 responden atau 42,3%. Responden yang menjawab netral ada 18 responden atau 19%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa akan berkunjung kembali dalam waktu yang lama.

Item Y1.5 responden yang menjawab sangat setuju ada 35 responden atau 36,1%. Responden yang menjawab setuju ada 53 responden atau 54,6%. Responden yang menjawab netral ada 8 responden atau 8,2%. Responden yang menjawab tidak setuju ada 1 responden atau 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa akan mengajak orang lain untuk mengunjungi tempat wisata.

Item Y1.6 responden yang menjawab sangat setuju ada 34 responden atau 35,1%. Responden yang menjawab setuju ada 48 responden atau 49,5%. Responden yang menjawab netral ada 15 responden atau 15%. Responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada atau 0%. Jadi, rata-rata responden menjawab setuju bahwa akan menyampaikan kepada orang lain tentang tempat wisata yang telah dikunjungi.

B. Pembahasan

1. Analisis Data

a. Uji Validitas

Imam Ghozali mengemukakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁶

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

Pengujian validitas dibantu dengan program SPSS 17.0 untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner, r hitung lebih besar dari r tabel. Jumlah sampel yang diteliti adalah 97 responden. Menentukan r tabel dengan rumus derajat kebebasan $df = n - 2$ sehingga $df = 97 - 2 = 95$ dan r tabel 95 adalah 0,1996.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	X1.1	0,540	0,1996	Valid
	X1.2	0,582		Valid
	X1.3	0,636		Valid
	X1.4	0,649		Valid
	X1.5	0,715		Valid
	X1.6	0,694		Valid
	X1.7	0,663		Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,686		Valid
	X2.2	0,779		Valid
	X2.3	0,708		Valid
	X2.4	0,784		Valid
	X2.5	0,788		Valid
	X2.6	0,712		Valid
	X2.7	0,542		Valid
	X2.8	0,695	Valid	
	X2.9	0,767	Valid	
Fasilitas (X3)	X3.1	0,705	Valid	
	X3.2	0,744	Valid	
	X3.3	0,778	Valid	
	X3.4	0,701	Valid	
	X3.5	0,709	Valid	
	X3.6	0,754	Valid	
	X3.7	0,800	Valid	

Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1.1	0,709	Valid
	Y1.2	0,596	Valid
	Y1.3	0,760	Valid
	Y1.4	0,735	Valid
	Y1.5	0,709	Valid
	Y1.6	0,599	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.6 menunjukkan hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Citra Destinasi (X1)

Variabel Citra Destinasi (X1) memiliki 7 (tujuh) item dan masing-masing item memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dinyatakan valid.
 - b. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki 9 (sembilan) item dan masing-masing item memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dinyatakan valid.
 - c. Variabel Fasilitas (X3)

Variabel Fasilitas (X3) memiliki 7 (tujuh) item dan masing-masing item memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dinyatakan valid.
 - d. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki 6 (enam) item dan masing-masing item memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dinyatakan valid.
- b. Uji Reliabilitas
- Imam Ghazali menjelaskan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas dapat diukur dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Cronbach Alpha > 0,70.⁷ Peneliti menggunakan program SPSS 17.0 untuk pengujian reliabilitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	0,756	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,882	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,861	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,772	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas cronbach's alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 ($\alpha > 0,70$) sehingga masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel.

- c. Uji Asumsi Klasik
 - 1. Uji Multikolonieritas

Imam Ghozali menjelaskan bahwa multikolonieritas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF $\geq 0,10$. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi multikolonieritas.⁸ Pengujian multikolonieritas menggunakan program SPSS 17.0.

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 47 – 48.

⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105 – 106.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Destinasi (X ₁)	0,602	1,662	Tidak Multikolonieritas
Kualitas Layanan (X ₂)	0,415	2,411	Tidak Multikolonieritas
Fasilitas (X ₃)	0,367	2,724	Tidak Multikolonieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

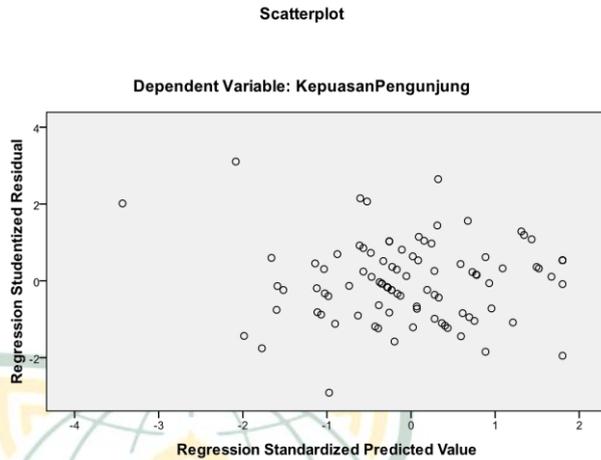
Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel citra destinasi (X₁) adalah 0,602, variabel kualitas layanan (X₂) adalah 0,415, dan variabel fasilitas (X₃) adalah 0,367 yaitu kurang dari sama dengan 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolonieritas. Nilai VIF pada variabel citra destinasi (X₁) adalah 1,662, variabel kualitas layanan (X₂) adalah 2,411, dan variabel fasilitas (X₃) adalah 2,724 yaitu lebih dari sama dengan 0,10 yang berarti model regresi tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Imam Ghozali menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹ Peneliti menggunakan program SPSS 17.0 dalam pengujian heteroskedastisitas.

⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* tersebar secara acak dan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (variabel kepuasan). Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

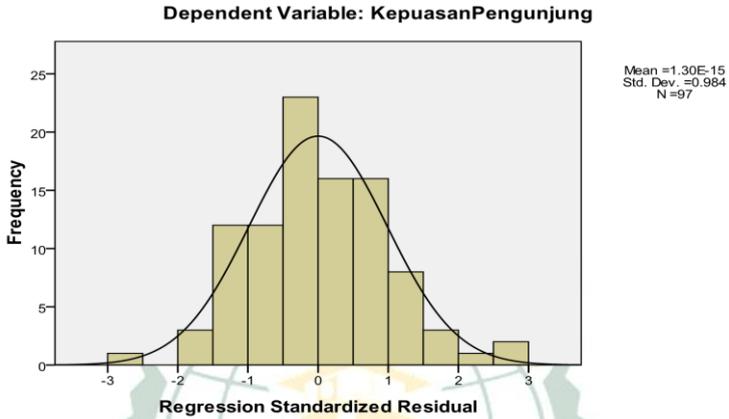
3. Uji Normalitas

Imam Ghozali mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan melihat nilai pada Kolmogorof-Smirnov.¹⁰ Peneliti menggunakan program SPSS 17.0 dalam pengujian normalitas.

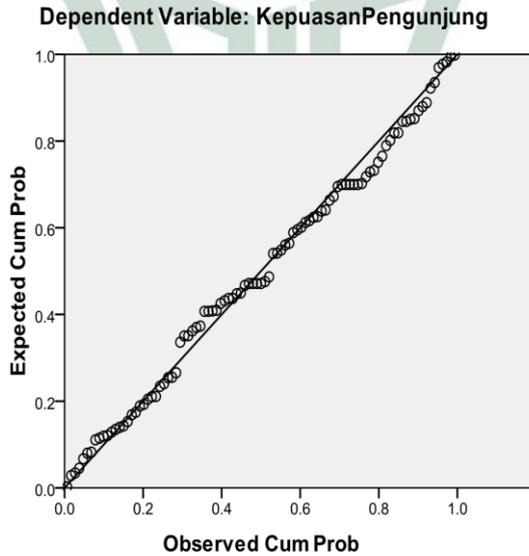
¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160 – 161.

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan grafik Histogram dan P-Plot. Grafik histogram menunjukkan distribusi normal atau residual data membentuk lonceng sempurna yang menunjukkan kurva normal. Grafik P-Plot menunjukkan persebaran data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas KS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62255329
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.570
Asymp. Sig. (2-tailed)		.901

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olah data SPSS 17.0

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel residual berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,800. Data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal karena signifikansi $0,800 > 0,05$.

d. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Albert Kurniawan menjelaskan bahwa analisis Regresi (*Regression Analysis*) merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat

perkiraan (*prediction*).¹¹ Analisis tersebut digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu.

Tabel 4.10 Hasil Uji Linier Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	4,044	0,017
Citra Destinasi	0,143	0,039
Kualitas Layanan	0,206	0,000
Fasilitas	0,309	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.10 menghasilkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4,044 + 0,143 X_1 + 0,206 X_2 + 0,309 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut dapat diketahui bahwa:

- a. Y merupakan variabel dependen, yaitu kepuasan pengunjung.
- b. Konstanta (a) memiliki nilai 4,044 yang berarti a akan bernilai 0 jika tidak ada pengaruh dari variabel independen, yaitu citra destinasi (X₁), kualitas layanan (X₂), dan fasilitas (X₃).
- c. Koefisien regresi variabel X₁ (b₁) memiliki nilai 0,143. Hal tersebut berarti bahwa jika variabel citra destinasi terjadi kenaikan 100%, maka Y (variabel kepuasan pengunjung) akan mengalami kenaikan sebesar 14,3%. Sebaliknya apabila variabel citra destinasi terjadi penurunan sebesar 100%, maka kepuasan pengunjung juga akan

¹¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 178.

menurun sebesar 14,3%. Sehingga semakin baik citra destinasi maka kepuasan pengunjung juga semakin meningkat.

- d. Koefisien regresi variabel X_2 (b_2) memiliki nilai 0,206. Hal tersebut berarti bahwa jika variabel kualitas layanan terjadi kenaikan 100%, maka Y (variabel kepuasan pengunjung) akan mengalami kenaikan sebesar 20,6%. Sebaliknya apabila variabel kualitas layanan terjadi penurunan sebesar 100%, maka kepuasan pengunjung juga akan menurun sebesar 20,6%. Sehingga semakin baik kualitas layanan maka kepuasan pengunjung juga semakin meningkat.
 - e. Koefisien regresi variabel X_3 (b_3) memiliki nilai 0,309. Hal tersebut berarti bahwa jika variabel fasilitas terjadi kenaikan 100%, maka Y (variabel kepuasan pengunjung) akan mengalami kenaikan sebesar 30,9%. Sebaliknya apabila variabel fasilitas terjadi penurunan sebesar 100%, maka kepuasan pengunjung juga akan menurun sebesar 30,9%. Sehingga semakin baik fasilitas maka kepuasan pengunjung juga semakin meningkat.
 - f. Kesalahan (e) merupakan faktor *error* atau faktor lain di luar penelitian.
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Imam Ghozali menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur suatu model seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Hasil uji koefisien determinasi dianggap semakin besar apabila nilai hasil uji determinasi mendekati angka satu atau bernilai sama dengan satu.¹²

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2017), 301.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.664	1.649

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, CitraDestinasi, KualitasLayanan

Sumber: Hasil olah data SPSS 17.0

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen (citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas) dan variabel dependen (kepuasan pengunjung). Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *Adjusted R Square* yang mendekati angka satu yaitu 0,664 atau 66,4%. Sedangkan nilai 33,6% (100% - 66,4%) adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak digunakan penulis dalam penelitian ini.

3. Uji Simultan (Uji F)

Duwi Priyatno menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).¹³ Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut: H_0 diterima H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. H_0 ditolak H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	523.758	3	174.586	64.243	.000 ^a
Residual	252.737	93	2.718		
Total	776.495	96			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, CitraDestinasi, KualitasLayanan

¹³ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	523.758	3	174.586	64.243	.000 ^a
Residual	252.737	93	2.718		
Total	776.495	96			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, CitraDestinasi, KualitasLayanan

b. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Sumber: Hasil olah data SPSS 17.0

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa f_{hitung} bernilai 64,243 dengan signifikansi 0,000. F_{tabel} dapat diketahui dari $df_1 = k - 1$ ($df_1 = 4 - 1 = 3$) dan $df_2 = n - k$ ($df_2 = 97 - 4 = 93$). Jadi, nilai f_{tabel} 2,70. Nilai f_{hitung} 64,243 > nilai f_{tabel} 2,70 dan $0,000 < 0,05$. Kesimpulan yang diperoleh adalah H_4 yang menyatakan bahwa variabel citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu dapat dikatakan diterima.

4. Uji Parsial (Uji t)

Duwi Priyatno menjelaskan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Ada tidaknya pengaruh signifikan juga dapat dilakukan dengan membandingkan t tabel dan t hitung dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).¹⁴ Pengujian suatu hipotesa, perlu membandingkan t tabel dan t hitung dengan kriteria pengujian:

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

¹⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010), 68 – 69.

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	2,091	1,98580	0,039	Berpengaruh dan signifikan
Kualitas Layanan (X2)	3,873		0,000	Berpengaruh dan signifikan
Fasilitas (X3)	4,132		0,000	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel independen citra destinasi (X₁) berpengaruh dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} 2,091 > t_{tabel} 1,98580$ dan signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Jadi, H₁ yang menyatakan variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu dapat dikatakan diterima.

Variabel independen kualitas layanan (X₂) berpengaruh dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} 3,873 > t_{tabel} 1,98580$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi, H₂ yang menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu dapat dikatakan diterima.

Variabel independen fasilitas (X₃) berpengaruh dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} 4,132 > t_{tabel} 1,98580$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi, H₃ yang menyatakan variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu dapat dikatakan diterima.

Berdasarkan pengujian instrumen penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel bebas (independen) citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Analisis data instrumen penelitian sudah dilakukan, maka hal selanjutnya adalah pembahasan dari analisis tersebut.

1. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu

Menurut Buchari Alma, *Image* atau citra akan terbentuk dalam jangka waktu tertentu, sebab ini merupakan akumulasi persepsi terhadap suatu objek, apa yang terpikirkan, diketahui dialami yang masuk ke dalam memori seseorang berdasarkan masukan-masukan dari berbagai sumber sepanjang waktu.¹⁵ Destinasi adalah satu kesatuan produk tujuan wisata tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di wilayah geografinya, termasuk hotel, transportasi, atraksi, dan lain-lain. Citra destinasi merupakan persepsi seseorang tentang suatu produk atau pelayanan tujuan wisata yang dapat dipercaya pada wisatawan terhadap suatu tempat wisata yang akan dikunjungi atau yang sudah dikunjungi sehingga dapat menumbuhkan rasa ingin melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata. Dimensi dari variabel citra destinasi meliputi atraksi wisata (objek dan daya tarik wisata), aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan (Institusi).¹⁶

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Indikator variabel citra destinasi dalam penelitian ini dinilai baik oleh mayoritas responden. Hasil di lapangan menunjukkan bahwa yang memberikan kontribusi paling besar dilihat dari skor tertinggi adalah pernyataan bahwa wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu memiliki air tiga rasa yang menjadi ciri khas

¹⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 149.

¹⁶ Asya Hanif, dkk, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)", 46.

pada lokasi wisata atau implementasi dari X1.1. Sedangkan skor terendah adalah pernyataan tentang lokasi wisata yang memiliki kelembagaan yang berlangsung secara terus menerus untuk mencapai tujuan kepariwisataan atau implementasi dari X1.7.

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel citra destinasi (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Hal tersebut dapat dilihat dari t_{hitung} yang bernilai 2,091 lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,98580 dan nilai signifikansi variabel citra destinasi adalah 0,039 yaitu kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini menerima hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “Citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asya Hanif dkk tentang “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)”. Hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.¹⁷

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu

Menurut Donni Juni Priansa kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau pelayanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.¹⁸ Sedangkan pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Definisi lain yang lebih kompleks menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas

¹⁷ Asya Hanif, dkk, “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)”, 49.

¹⁸ Donni Juni Priansa, *Manajemen Organisasi Publik: Mengembangkan Organisasi Modern Berorientasi Publik*, 134.

atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.¹⁹ Dimensi dari variabel kualitas layanan meliputi berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*).²⁰

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Indikator variabel kualitas layanan dalam penelitian ini dinilai baik oleh mayoritas responden. Hasil di lapangan menunjukkan bahwa yang memberikan kontribusi paling besar dilihat dari skor tertinggi adalah pernyataan bahwa karyawan di lokasi wisata selalu bersikap sopan kepada pengunjung wisata atau implementasi dari X2.7 dan karyawan di lokasi wisata selalu memperhatikan setiap kepentingan pelanggan atau implementasi dari X2.8, kedua indikator memiliki skor yang sama. Sedangkan skor terendah adalah pernyataan tentang layanan yang segera / cepat dari karyawan di lokasi wisata atau implementasi dari X2.4 dan karyawan dapat memahami kebutuhan spesifik para pelanggan atau implementasi dari X2.9, kedua indikator memiliki skor yang sama.

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Hal tersebut dapat dilihat dari t_{hitung} yang bernilai 3,873 lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,98580 dan nilai signifikansi variabel kualitas layanan adalah 0,000 yaitu kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini menerima hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan “Kualitas layanan

¹⁹ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2.

²⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 216 – 217.

berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cici Safitasari dan Ida Maftukhah tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. Hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung.²¹

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu

Rosita dkk menjelaskan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang.²² Fasilitas juga dapat didefinisikan sebagai sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.²³ Adapun dimensi fasilitas meliputi perencanaan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna, dan unsur pendukung.²⁴

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Indikator variabel fasilitas dalam penelitian ini dinilai baik oleh mayoritas responden.

²¹ Cici Safitasari dan Ida Maftukhah, “Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung,” *Management Analysis Journal* 6, no. 3 (2017): 316.

²² Rosita, dkk., “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta,” *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 13, no. 1 (2016): 63.

²³ Sartika Moha dan Sjendry Loindong, “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado,” *Jurnal EMBA* 4, no. 1 (2016): 577.

²⁴ Yuyun Mardiyani dan Murwatingsih, “Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang”, 68.

Hasil di lapangan menunjukkan bahwa yang memberikan kontribusi paling besar dilihat dari skor tertinggi adalah pernyataan bahwa lokasi wisata memiliki desain interior dan arsitektur yang unik pada bangunannya atau implementasi dari X3.1. Sedangkan skor terendah adalah pernyataan tentang perlengkapan yang tertata dengan rapi di lokasi wisata atau implementasi dari X3.2.

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu. Hal tersebut dapat dilihat dari t_{hitung} yang bernilai 4,132 lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,98580 dan nilai signifikansi variabel fasilitas adalah 0,000 yaitu kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini menerima hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan “Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada wisata religi Makam Syekh Hasan Syadzali Rejenu”.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuyun Mardiani dan Murwatiningsih tentang “Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung fasilitas terhadap kepuasan.²⁵

²⁵ Yuyun Mardiyani dan Murwatiningsih, “Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang”, 71.