

## BAB 1V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Secara geografis, Kabupaten Demak termasuk dalam salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Demak berada di utara Pulau Jawa. Kabupaten Demak berbatasan dengan Kota Semarang dimana Kota Semarang merupakan pusat pemerintahan dan pusat ekonomi di Jawa Tengah.. Kabupaten Demak berada di jalur lalu lintas pantura (pantai utara jawa) yang cukup ramai. Hal ini membuat Kabupaten Demak memiliki potensi yang besar sebagai daerah peyangga Kota Semarang dan menjadi potensi daerah yang akan berkembang pesat kedepannya.

Kabupaten Demak berada pada koordinat  $6^{\circ}43'26''$  –  $70^{\circ}9'43''$  LS dan  $110^{\circ}27'58''$  –  $110^{\circ}48'47''$  BT. Kabupaten Demak memiliki bentang dari utara ke selatan sepanjang 41 km dan bentang dari timur ke barat sepanjang 49 km. Batas-batas wilayah Kabupaten Demak yaitu:

Timur : Kabupaten Kudus dan Kabupaten Grobogan  
 Selatan : Kabupaten Semarang dan Kabupaten Grobogan  
 Barat : Kota Semarang  
 Utara : Laut jawa dan Kabupaten Jepara

Luas Kabupaten Demak sekitar 1.249,07 KM<sup>2</sup> dengan 78% wilayahnya berupa daratan dan 22% lainnya berupa lautan. Garis pantai yang dimiliki Kabupaten Demak sepanjang 35,1 KM.

Objek penelitian ini berada di Desa Bedono Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. Letaknya sekitar 24 KM dari pusat kota Kabupaten Demak dan 9,6 KM dari Semarang. Luas wilayah Desa Bedono adalah 551,673 ha dengan 7 dusun. Objek penelitian ini dikenal dengan destinasi wisata Morosari. Daerah tersebut dahulu merupakan sebuah desa penghasil udang yang mampu mensejahterakan masyarakatnya. Dalam beberapa decade terakhir, desa tersebut mengalami abrasi yang cukup signifikan karena ombak. Penduduk sekitar, direlokasi karena sudah tidak dapat dihuni akibat abrasi. Rumah penduduk yang ditinggalkan dijadikan sebagai objek wisata yang sekitarnya ditanami mangrove dan tempat habitat hewan seperti burung blekok dan burung bangau.

Pada destinasi Morosari terdapat makam Syeh Mudzakkir yang terletak ditengah laut. Syeh Mudzkkir merupakan penyebar

agama Islam. Makamnya tidak tenggelam walaupun terkena abrasi laut. Makam Syeh Mudzakkir merupakan satu-satunya yang tersisa yang tidak terkena abrasi laut yang menimpa desa Bedono. Ini membuat makam Syeh Mudzakkir terkenal dengan sebutan makam terapung.

Selain makam Syeh Mudzakkir, di Morosari juga terdapat hutan mangrove yang sudah dilengkapi dengan mangrove track, pantai Morosari, Bedono Bangkit, permainan air (speed boat, canoe dan perahu) dan resto terapung

Pada tanggal 19 Januari 2006, destinasi wisata Morosari diresmikan untuk dijadikan objek wisata di Demak. Hal ini untuk meningkatkan pendapatan daerah dari sektor pariwisata juga untuk memberdayakan masyarakat sekitar yang secara ekonomi terpuruk akibat abrasi. Desa Bedono dicanangkan oleh pemerintah sebagai desa pesisir tangguh dalam Program Pengembangan Desa Pesisir Tangguh (PDPT) yang dicanangkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan.

## B. Deskripsi Responden Penelitian

Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang dengan syarat wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata Morosari, berusia minimal 17 tahun serta bisa membaca dan menulis. Rincian responden tersebut adalah:

Tabel 4.1 Data Responden

No	Keterangan		Jumlah
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	33
		Perempuan	64
2	Usia	17 – 20 tahun	35
		21 – 30 tahun	26
		31 – 40 tahun	16
		41 – 50 tahun	14
		Lebih dari 50 tahun	9
3	Pekerjaan	Pelajar/ mahasiswa	25
		Wiraswasta	15
		Petani	10
		Ibu rumah tangga	10
		Guru	10
		Buruh	9
		Karyawan	9
		PNS	7
Tidak bekerja	5		

4	Pendidikan	SMP/ MTs sederajat	41
		SMA/ SMK/ MA	39
		sederajat	18
		Sarjana	2
		Diploma	

Berdasar dalam tabel diatas, diketahui bahwa 64% responden atau sebanyak 64 orang adalah perempuan dan 36% responden adalah laki-laki. Usia responden mayoritas berusia 17-20 tahun sebanyak 35% atau 35 responden. 26% responden berusia 21-30 tahun, responden berusia 31-40 tahun sebanyak 16%, 14% responden berusia 41-50 tahun serta sisanya berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 9%.

Sebagian besar responden merupakan pelajar/ mahasiswa yaitu sebanyak 25% atau 25 responden, 15 responden bekerja sebagai wiraswasta, 10 responden bekerja sebagai petani, 10 responden sebagai ibu rumah tangga, guru sebanyak 10% responden, buruh dan karyawan masing-masing 9%, PNS sebesar 7% responden dan 5% responden tidak bekerja. Pendidikan terakhir responden, mayoritas lulusan SMP sederajat yaitu sebanyak 41 responden, lulusan SMA/ sederajat sebanyak 39% responden, sarjana sebanyak 18% responden dan diploma sebanyak 2% responden.

### C. Diskriptif Variabel Penelitian

Sebagai penggambaran terhadap variabel-variabel penelitian digunakan analisis deskripsi

#### 1. Religiusitas

Rata-rata religiusitas pada penelitian ini tergolong dalam kategori sedang. Ini terbukti dari nilai *mean* yang didapat sebesar 86,6222 yang berada pada interval 55,00-70,00 yang termasuk dalam kategori sedang. Dari hasil tersebut diketahui nilai standar deviasi untuk variabel religiusitas sebesar 13,9844 yang dapat digunakan untuk mendiskripsikan variasi data pada variabel religiusitas sebesar 195,5635.

Tabel 4.2 Deskriptif Religiusitas

#### *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
RE	100	26,67	91,11	68,6222	13,9844	195,5635
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Dari hasil analisis deskriptif yang diperoleh diketahui bahwa rata-rata dimensi keyakinan dalam kategori sedang yaitu dengan rata-rata 64,60 yang pada interval 55,00-70,00. Rata-

rata dimensi praktik agama termasuk dalam kategori tinggi karena memiliki rata-rata 70,40 yang ada pada interval 70,00-85,00 serta rata-rata dimensi konsekuensi dalam kategori tinggi yaitu sebesar 70,8667.

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai standar deviasi sebesar 18,8251 untuk dimensi keyakinan, standar deviasi sebesar 15,0217 untuk dimensi praktik agama serta 16,4574 untuk dimensi konsekuensi. Dari hasil perhitungan standar deviasi dapat diketahui variasi data setiap sub variabel.

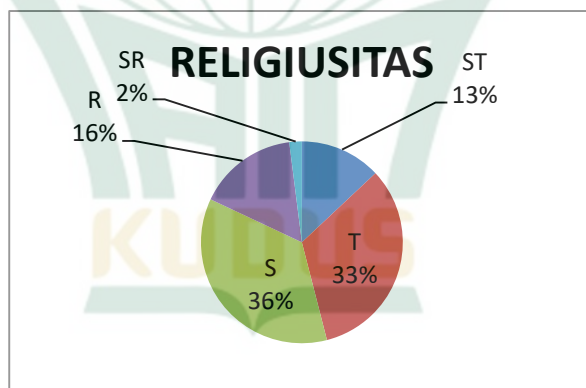
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Religiusitas

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
RE1	100	20,00	91,11	64,6000	18,8251	354,3838
RE2	100	20,00	100,00	70,4000	15,0217	225,6521
RE3	100	33,33	100,00	70,8667	16,4574	270,8462
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil analisis deskripsi tersebut menunjukkan bahwa rata-rata religiusitas sedang artinya bahwa religiusitas yang ditampilkan cukup baik. Sebesar 36% responden menyatakan hal tersebut.

Gambar 4.1 Diagram Pie Religiusitas



Religiusitas yang ditinjau dari indikator dimensi keyakinan sebagian besar responden menyatakan bahwa religiusitas pengunjung yang di Morosari termasuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 30% atau 30 pengunjung. Dari data yang diperoleh 17% responden menyatakan sangat tinggi, 23% menyatakan tinggi, 14% menyatakan rendah dan 16% menyatakan sangat rendah. Semakin tinggi nilainya, artinya responden menyatakan religiusitas yang dilihat dari dimensi keyakinan mempengaruhi keputusan berkunjung ke Morosari.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi untuk Dimensi Keyakinan

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	17	17
85,01 – 70,00	Tinggi	23	23
70,01 – 55,00	Sedang	30	30
55,01 – 40,00	Rendah	14	14
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	16	16
Jumlah		100	100

Religiusitas yang ditinjau dari dimensi praktik agama sebagian besar termasuk kategori sedang yaitu sebesar 37% atau 37 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa religiusitas yang dilihat dari dimensi praktik agama mempengaruhi mereka dalam berkunjung ke Morosari.. Sebanyak 25% termasuk kategori sangat tinggi, 21% menyatakan tinggi, 15% termasuk kategori rendah dan 2% termasuk kategori sangat rendah. Semakin tinggi nilainya maka semakin tinggi pula responden menyatakan bahwa dimensi praktik agama mempengaruhi mereka dalam berkunjung.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi untuk Dimensi Praktik Agama

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	25	25
85,01 – 70,00	Tinggi	21	21
70,01 – 55,00	Sedang	37	37
55,01 – 40,00	Rendah	15	15
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	2	2
Jumlah		100	100

Dari data yang diperoleh dari indikator dimensi konsekuensi sebagian besar tergolong kategori tinggi yaitu 34% atau 34 responden menyatakan religiusitas yang dilihat dari dimensi konsekuensi mempengaruhi mereka dalam berkunjung ke Morosari. Dari data tersebut diperoleh 23% termasuk kategori tinggi, 23% termasuk kategori sedang, 12% tergolong kategori rendah dan 8% termasuk kategori sangat rendah.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi untuk Dimensi Konsekuensi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	23	23
85,01 – 70,00	Tinggi	34	34
70,01 – 55,00	Sedang	23	23
55,01 – 40,00	Rendah	12	12
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	8	8
Jumlah		100	100

2. Fasilitas

Rata-rata fasilitas termasuk dalam kategori sedang. Hal ini bisa dilihat dari mean yang diperoleh sebesar 71,00 yang berada dalam interval 70,01 – 85,00. Standar deviasi yang diperoleh sebesar 13,2371 yang dapat digunakan untuk mendiskripsikan variasi data pada variabel fasilitas sebesar 175,2213.

Tabel 4.7 Deskriptif Fasilitas  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
FA	100	35,56	95,56	71,0000	13,2371	175,2213
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Bersumber dari hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa rata-rata indikator fasilitas utama termasuk dalam kategori tinggi yang termasuk dalam interval 70,00 – 85,00 artinya bahwa rata-rata responden menyatakan fasilitas di Morosari memadai.

Rata-rata indikator fasilitas pendukung termasuk dalam kategori sedang yaitu pada interval 55,00 – 70,00. Mean fasilitas pendukung sebesar 69,2667, artinya rata-rata responden menyatakan bahwa fasilitas pendukung di Morosari cukup memadai.

Rata-rata indikator fasilitas penunjang sebesar 73,2667 yang termasuk dalam kategori tinggi. Dari mean tersebut dapat diketahui bahwa responden menyatakan fasilitas pendukung yang ada di Morosari memadai.

Dari perhitungan yang dilakukan diketahui standar deviasi untuk indikator fasilitas utama sebesar 15,8062, standar deviasi indikator fasilitas penunjang sebesar 13,6955 dan standar deviasi sebesar 15,2641 untuk indikator fasilitas penunjang.

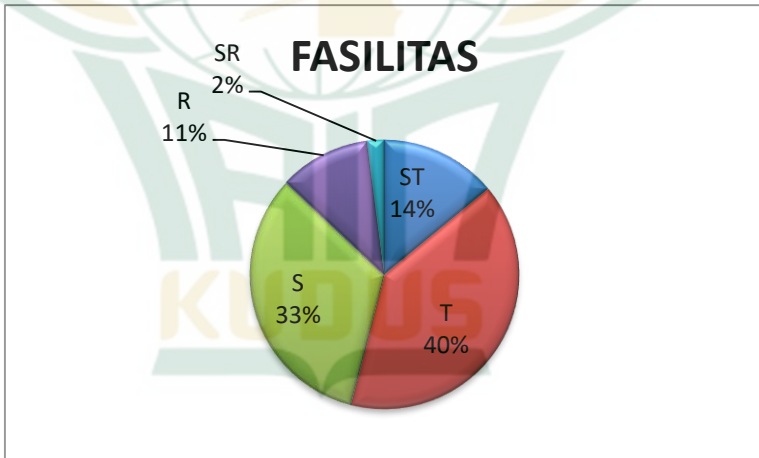
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Fasilitas  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
FA1	100	33,33	100,00	70,4667	15,8062	249,8361
FA2	100	20,00	100,00	69,2667	13,6953	187,5600
FA3	100	26,67	100,00	73,2667	15,2641	232,9921
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 14% responden menyatakan bahwa fasilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi, artinya sebanyak 14 responden menyatakan bahwa fasilitas sangat memadai. 40 responden menyatakan fasilitas di Morosari memadai atau sebanyak 40% responden dalam kategori tinggi. 33% responden menyatakan bahwa fasilitas termasuk dalam kategori sedang, 11% dalam kategori rendah yang artinya 11 responden menyatakan bahwa fasilitas di Morosari tidak memadai dan 2% responden termasuk dalam kategori sangat rendah artinya 2 responden menyatakan bahwa fasilitas di Morosari sangat tidak memadai.

Gambar 4.2 Diagram Pie Fasilitas



Fasilitas yang ditinjau dari indikator fasilitas utama sebagian besar termasuk dalam kategori tinggi yaitu 37% menyatakan bahwa fasilitas utama di Morosari memadai. 19% responden termasuk dalam kategori sangat tinggi yang artinya sebanyak 19 responden menyatakan bahwa fasilitas utama di Morosari sangat memadai. 27 responden atau 27% responden menyatakan bahwa fasilitas utama di morosari termasuk dalam kategori sedang artinya fasilitas utama diMorosari cukup memadai. 11% termasuk dalam kategori rendah atau 11

responden menyatakan bahwa fasilitas di Morosari tidak memadai dan 6% responden menyatakan bahwa fasilitas utama di Morosari sangat tidak memadai.

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi untuk Fasilitas Utama

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	19	19
85,01 – 70,00	Tinggi	37	37
70,01 – 55,00	Sedang	27	27
55,01 – 40,00	Rendah	11	11
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

Fasilitas yang ditinjau dari fasilitas pendukung, mayoritas responden tergolong kategori tinggi yang artinya bahwa 35% responden menyatakan fasilitas pendukung di Morosari memadai. Sebanyak 15% menyatakan bahwa fasilitas pendukung di Morosari termasuk sangat memadai. 33% menyatakan bahwa fasilitas pendukung cukup memadai, 23% menyatakan fasilitas pendukung tidak memadai dan 4% termasuk dalam kategori rendah yang artinya 4 responden menyatakan bahwa fasilitas pendukung sangat tidak memadai

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi untuk Fasilitas Pendukung

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	15	15
85,01 – 70,00	Tinggi	35	35
70,01 – 55,00	Sedang	33	33
55,01 – 40,00	Rendah	23	23
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	4	4
Jumlah		100	100

Fasilitas yang ditinjau dari fasilitas penunjang, mayoritas responden tergolong kategori tinggi artinya bahwa 38% responden menyatakan fasilitas penunjang di Morosari memadai. Sebanyak 22% menyatakan bahwa fasilitas penunjang di Morosari termasuk sangat memadai. 27% menyatakan bahwa fasilitas penunjang cukup memadai, 9% menyatakan fasilitas penunjang tidak memadai dan 4% termasuk dalam kategori rendah yang artinya 4 responden menyatakan bahwa fasilitas penunjang sangat tidak memadai.



Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi untuk Fasilitas Penunjang

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	22	22
85,01 – 70,00	Tinggi	38	38
70,01 – 55,00	Sedang	27	27
55,01 – 40,00	Rendah	9	9
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	4	4
Jumlah		100	100

3. Aksesibilitas

Rata-rata aksesibilitas termasuk dalam kategori sedang yaitu dengan mean sebesar 67,44. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai standar deviasi sebesar 12,4807 dan variasi variabel aksesibilitas sebesar 155,7676.

Tabel 4.12 Deskriptif Aksesibilitas  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
AK	100	33,33	91,11	67,4444	12,4807	155,7676
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Sesuai dengan hasil analisis deskriptif diketahui akses informasi destinasi memiliki rata-rata yang tergolong dalam kategori sedang dengan mean sebesar 68,20. Akses transportasi destinasi termasuk dalam kategori sedang dengan mean 67,40 dan mean sebesar 66,73 untuk akses akomodasi yang termasuk dalam kategori sedang.

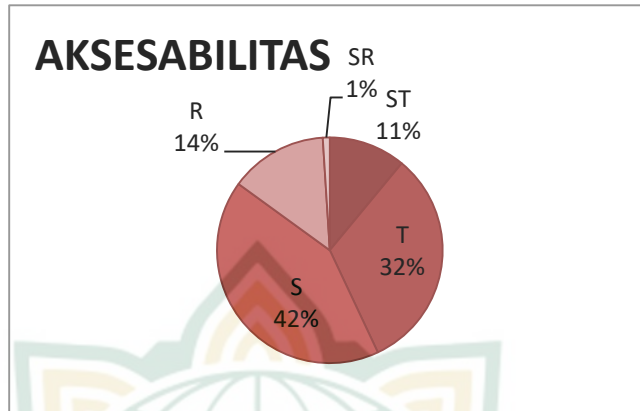
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Aksesibilitas  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
AK1	100	33,33	100,00	68,2000	15,0675	227,0303
AK2	100	33,33	100,00	67,4000	13,6624	186,6622
AK3	100	33,33	93,33	66,7333	14,5411	211,4433
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Bersumber pada data yang diperoleh dari 100 responden, 11 responden menyatakan bahwa aksesibilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya bahwa aksesibilitas di Morosari sangat mudah. 32 responden menyatakan mudah karena tergolong dalam kategori tinggi dengan prosentase 32%, 42% tergolong kategori sedang, 14 responden menyatakan aksesibilitas di Morosari sulit dengan prosentase sebesar 14% tergolong kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebesar 1%.

Gambar 4.3 Diagram Pie Aksesibilitas



Dari data indikator akses informasi destinasi sebanyak 20% atau 20 responden menyatakan bahwa aksesibilitas sangat mudah karena dalam kategori sangat tinggi, 21% responden termasuk kategori tinggi artinya akses informasi destinasi di Morosari mudah, 39% reponden tergolong kategori sedang, 15% responden tergolong kategori rendah artinya 15 responden menyatakan bahwa akses informasi destinasi di Morosari sulit dan 5% termasuk dalam ketegori sangat rendah artinya 5 responden menyatakan bahwa akses informasi destinasi di Morosari sangat sulit.

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi untuk Akses Informasi Destinasi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	20	20
85,01 – 70,00	Tinggi	21	21
70,01 – 55,00	Sedang	39	39
55,01 – 40,00	Rendah	15	15
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	5	5
Jumlah		100	100

Dari data yang diperoleh dari indikator akses transportasi destinasi diperoleh bahwa sebanyak 10% responden termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya bahwa akses trasportasi destinasi sangat mudah, 28% responden termasuk dalam kategori tinggi, 44% responden tergolong kategori sedang, 12% responden tergolong kategori rendah atau 12 responden menyatakan bahwa akses transportasi destinasi sulit dan tergolong kategori sangat rendah sebanyak 6% responden.

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi untuk Akses Transportasi Destinasi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	10	10
85,01 – 70,00	Tinggi	28	28
70,01 – 55,00	Sedang	44	44
55,01 – 40,00	Rendah	12	12
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

Dari data yang diperoleh dari indikator akses akomodasi sebanyak 15% reponden berada dalam ketegori sangat tinggi atau 15 responden menyatakan bahwa akses akomodasi di Morosari sangat sulit, 28% termasuk dalam ketegori tinggi, 38% termasuk kategori sedang, 12% tergolong kategori rendah dan 7% tergolong kategori sangat rendah atau 7 responden menyatakan bahwa akses akomodasi di Morosari sangat sulit.

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi untuk Akses Akomodasi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	15	15
85,01 – 70,00	Tinggi	28	28
70,01 – 55,00	Sedang	38	38
55,01 – 40,00	Rendah	11	11
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	7	7
Jumlah		100	100

4. Kelembagaan

Rata-rata kelembagaan tergolong kategori sedang. Hal tersebut dilihat dari mean yang diperoleh sebesar 69,69 yang termasuk kategori sedang. Berasal dari hasil perhitungan diperoleh nilai standar deviasi sebesar 13,8238. Dari hasil tersebut dapat digunakan untuk mendiskripsikan variasi data pada variabel kelembagaan sebesar 191,0981.

Tabel 4.17 Deskriptif Kelembagaan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
KE	100	20,00	95,56	69,6889	13,8238	191,0981
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil analisis deskripsi, rata-rata tersedianya peraturan/ kebijakan pemerintah termasuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 69,87. Begitu juga dengan promosi destinasi dan masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah

tergolong kategori sedang dengan mean sebesar 69,87 dan 69,33.

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai standar deviasi indikator peraturan/ kebijakan pemerintah sebesar 19,3840. Standar deviasi indikator promosi destinasi dan masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah memiliki standar deviasi masing-masing sebesar 15,7842 dan 15,2200.

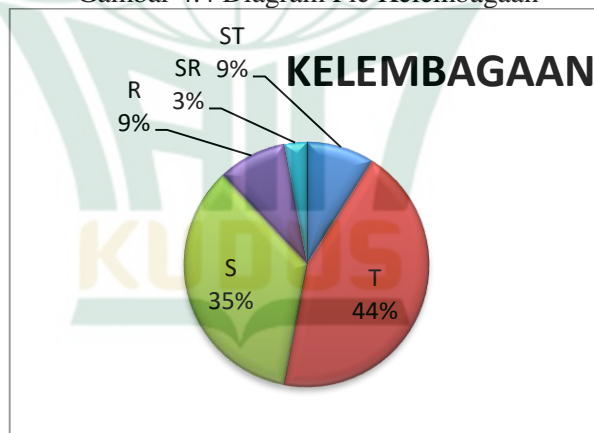
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Kelembagaan  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
KE1	100	20,00	100,00	69,8667	19,3840	375,7396
KE2	100	20,00	100,00	69,8667	15,7842	249,1403
KE3	100	20,00	100,00	69,3333	15,2200	231,6498
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, terdapat 9% responden menyatakan bahwa variabel kelembagaan termasuk dalam kategori sangat tinggi. 44% dalam ketegori tinggi, 35% dalam kategori sedang, tergolong kategori rendah sebesar 9% dan tergolong kategori sangat rendah sebesar 3%.

Gambar 4.4 Diagram Pie Kelembagaan



Data yang diperoleh dari indikator peraturan/ kebijakan pemerintah sebanyak 18% menyatakan bahwa promosi destinasi termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya bahwa 18 orang responden menyatakan bahwa masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah dapat dilakukan dengan sangat baik. 36% termasuk dalam kategori tinggi, 26% termasuk dalam kategori sedang, 14% termasuk dalam kategori rendah dan 6% termasuk dalam kategori sangat rendah.

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi untuk Peraturan/ Kebijakan Pariwisata

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	18	18
85,01 – 70,00	Tinggi	36	36
70,01 – 55,00	Sedang	26	26
55,01 – 40,00	Rendah	14	14
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

Data yang diperoleh dari indikator promosi destinasi sebanyak 16% menyatakan bahwa promosi destinasi termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya bahwa 16 orang responden menyatakan bahwa promosi destinasi dapat dilakukan dengan sangat baik. 37% termasuk dalam kategori tinggi, 27% termasuk dalam kategori sedang, 14% termasuk dalam kategori rendah dan 6% termasuk dalam kategori sangat rendah.

Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi untuk Promosi Pariwisata

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	16	16
85,01 – 70,00	Tinggi	37	37
70,01 – 55,00	Sedang	27	27
55,01 – 40,00	Rendah	14	14
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

Data yang diperoleh dari indikator masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah sebanyak 18% menyatakan bahwa masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya bahwa 18 orang responden menyatakan bahwa masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah dapat dilakukan dengan sangat baik. 36% termasuk dalam kategori tinggi, 26% termasuk tergolong kategori sedang, 14% tergolong kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebanyak 6%.

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi untuk Masyarakat dan Pebisnis Pariwisata Ramah

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	18	18
85,01 – 70,00	Tinggi	36	36
70,01 – 55,00	Sedang	26	26
55,01 – 40,00	Rendah	14	14
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

5. Citra Destinasi

Rata-rata citra destinasi termasuk dalam kategori tinggi yaitu dengan mean sebesar 71,17. Dari hasil perhitungan diketahui standar deviasi sebesar 12,9175 dan variasi variabel citra destinasi sebesar 166,8631.

Tabel 4.22 Deskriptif Citra Destinasi

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
CD	100	20,00	100,00	71,1667	12,9175	166,8631
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Sesuai dengan hasil analisis diskriptif diketahui bahwa rata-rata citra kognitif destinasi sebesar 69,47 yang tergolong kategori sedang yaitu berada pada interval 55,00-70,00. Citra afektif destinasi termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 72,87.

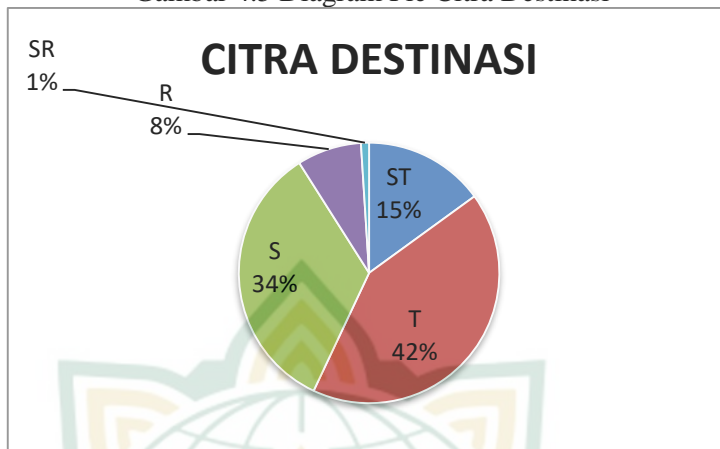
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Citra Destinasi

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
CD1	100	20,00	100,00	69,4667	14,5930	212,9562
CD2	100	20,00	100,00	72,8667	14,3784	206,7385
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Bersumber data yang diperoleh dari 100 responden, terdapat 15% yang menyatakan citra destinasi di Morosari sangat tinggi. Ada 15 responden yang menyatakan bahwa citra destinasi di Morosari sangat baik. 42% menyatakan bahwa citra destinasi tinggi, 34% tergolong dalam kategori sedang, 8% tergolong rendah dan 1% menyatakan bahwa citra destinasi di Morosari sangat buruk.

Gambar 4.5 Diagram Pie Citra Destinasi



Data citra destinasi dengan indikator citra kognitif destinasi sebanyak 17% tergolong kategori sangat tinggi, tergolong kategori tinggi sebanyak 34%, 31% termasuk kategori sedang, 13% tergolong kategori rendah dan 5% tergolong dalam kategori sangat rendah.

Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi untuk Citra Kognitif Destinasi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	17	17
85,01 – 70,00	Tinggi	34	34
70,01 – 55,00	Sedang	31	31
55,01 – 40,00	Rendah	13	13
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	5	5
Jumlah		100	100

Data citra destinasi dengan indikator citra afektif destinasi sebanyak 23% tergolong kategori sangat tinggi, tergolong kategori tinggi sebanyak 35%, 32% termasuk kategori sedang, 8% tergolong kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebanyak 2%.

Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi untuk Citra Afektif Destinasi

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	23	23
85,01 – 70,00	Tinggi	35	35
70,01 – 55,00	Sedang	32	32
55,01 – 40,00	Rendah	8	8
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	2	2
Jumlah		100	100

6. Keputusan Berkunjung

Rata-rata variabel keputusan berkunjung termasuk dalam kategori sedang yaitu dengan mean sebesar 69,64 yang termasuk dalam kategori 55,00 – 70,00. Dari hasil perhitungan diketahui standar deviasi sebesar 12,77 dan variasi data pada variabel keputusan berkunjung sebesar 163,03.

Tabel 4.26 Deskriptif Keputusan Berkunjung  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
KB	100	20,00	100,00	69,6444	12,7685	163,0348
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan analisis diskripsi, rata-rata karekteristik wisatawan memiliki mean sebesar 71,93 yang termasuk dalam kategori tinggi. Mean untuk indikator kesadaran manfaat perjalanan memiliki mean sebesar 64,33 yang termasuk kategori sedang dan mean untuk indikator gambaran perjalanan sebesar 72,67 yang termasuk dalam ketegori tinggi.

Standar deviasi untuk indikator karakteristik wisatawan sebesar 14,15. Standar deviasi untuk indikator kesadaran manfaat perjalanan dan gambaran perjalanan masing-masing sebesar 13,55 dan 15,18.

Tabel 2.27 Distribusi Frekuensi Keputusan Berkunjung  
Descriptive Statistics

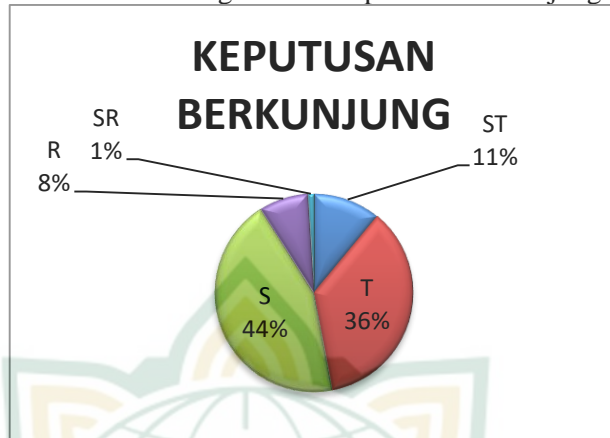
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Variance
KB1	100	20,00	100,00	71,9333	14,2542	203,1829
KB2	100	20,00	100,00	64,3333	13,5463	183,5017
KB3	100	20,00	100,00	72,6667	15,1757	230,3030
Valid N (listwise)	100					

Sumber : data yang diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa 11% responden menyatakan bahwa keputusan berkunjung sangat tinggi, 36% termasuk dalam kategori tinggi, 44% termasuk dalam kategori sedang, 8% termasuk kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebesar 1%.



Gambar 4.6 Diagram Pie Keputusan Berkunjung



Dari data yang diperoleh dari indikator karakteristik wisatawan didapatkan bahwa 19% tergolong kategori sangat tinggi, tergolong kategori tinggi sebanyak 34%, 35% tergolong kategori sedang, 11% termasuk dalam kategori rendah dan 1%.

Tabel 4.28 Distribusi Frekuensi untuk Karakteristik Wisatawan

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	19	19
85,01 – 70,00	Tinggi	34	34
70,01 – 55,00	Sedang	35	35
55,01 – 40,00	Rendah	11	11
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	1	1
Jumlah		100	100

Dari data yang diperoleh dari indikator kesadaran akan manfaat perjalanan didapatkan bahwa 8% tergolong kategori sangat tinggi, tergolong kategori tinggi sebanyak 19%, 54% termasuk dalam kategori sedang, 13% termasuk dalam kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebanyak 6%.

Tabel 4.29 Distribusi Frekuensi untuk Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	8	8
85,01 – 70,00	Tinggi	19	19
70,01 – 55,00	Sedang	54	54
55,01 – 40,00	Rendah	13	13
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	6	6
Jumlah		100	100

Dari data yang diperoleh dari indikator gambaran perjalanan didapatkan bahwa 23% tergolong kategori sangat tinggi, tergolong kategori tinggi sebanyak 34%, 32% termasuk dalam kategori sedang, 6% tergolong kategori rendah dan tergolong kategori sangat rendah sebesar 5%.

Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi untuk Gambaran Perjalanan

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
100,00 – 85,00	Sangat Tinggi	23	23
85,01 – 70,00	Tinggi	34	34
70,01 – 55,00	Sedang	32	32
55,01 – 40,00	Rendah	6	6
40,01 – 25,00	Sangat Rendah	5	5
Jumlah		100	100

#### D. Evaluasi Atas Asumsi – Asumsi SEM

Analisis SEM mensyaratkan asumsi–asumsi dari data yang diperoleh terdistribusi normal dan *univariate outlier* tidak terjadi.

##### 1. Uji Normalitas

*Normalitas univariate* dan *multivariate* dievaluasi menggunakan program AMOS 24. Jika nilai kritis (*critical ratio*) yang diperoleh pada kurtosis dengan interval -1,96 - 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau pada interval -2,58 - 2,58 pada tingkat signifikansi 0,10 dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal. Uji normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.31 Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KB3	1,000	5,000	-,501	-2,044	,829	1,692
KB2	1,000	5,000	,127	,517	1,203	2,456
KB1	1,000	5,000	-,254	-1,038	,678	1,385
CD2	1,000	5,000	-,534	-2,182	,892	1,821
CD1	1,000	5,000	-,597	-2,438	,457	,933
KE3	1,000	5,000	-,571	-2,332	,155	,317
KE2	1,000	5,000	-,555	-2,267	,686	1,400
KE1	1,000	5,000	-,621	-2,535	-,493	-1,007
AK3	1,667	4,667	-,318	-1,298	-,229	-,468
AK2	1,667	5,000	-,106	-,433	,231	,472
AK1	1,667	5,000	,124	,506	-,408	-,833
FA3	1,333	5,000	-,541	-2,208	,413	,843

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
FA2	1,000	5,000	-,576	-2,351	,795	1,623
FA1	1,667	5,000	-,430	-1,757	-,307	-,627
RE3	1,667	5,000	-,444	-1,813	-,380	-,776
RE2	1,000	5,000	-,279	-1,137	,209	,426
RE1	1,000	5,000	-,431	-1,759	-,468	-,955
Multivariate					13,012	2,560

2. *Outlier*

Dengan menggunakan observasi yang mempunyai Z Score  $\geq \pm 3$  akan dikategorikan sebagai *univariate outlier*. Sesuai hasil nilai Z score menggunakan program SPSS diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.32 Uji *Univariate Outlier*

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
Zscore(RE1)	100	-2.05235	1.90105	0E-7
Zscore(RE2)	100	-2.54347	2.01527	0E-7
Zscore(RE3)	100	-2.28026	1.77030	0E-7
Zscore(FA1)	100	-2.34873	1.86839	0E-7
Zscore(FA2)	100	-2.71760	2.30617	0E-7
Zscore(FA3)	100	-2.65341	1.76927	0E-7
Zscore(AK1)	100	-2.31348	2.11046	0E-7
Zscore(AK2)	100	-2.49289	2.38612	0E-7
Zscore(AK3)	100	-2.28421	1.81178	0E-7
Zscore(KE1)	100	-1.97618	1.59765	0E-7
Zscore(KE2)	100	-2.84381	1.96091	0E-7
Zscore(KE3)	100	-2.46426	2.07435	0E-7
Zscore(CD1)	100	-2.57373	1.69295	0E-7
Zscore(CD2)	100	-2.84515	1.93703	0E-7
Zscore(KB1)	100	-2.80228	2.02130	0E-7
Zscore(KB2)	100	-2.82904	2.66857	0E-7
Zscore(KB3)	100	-2.67317	1.84258	0E-7
Valid N (listwise)	100			

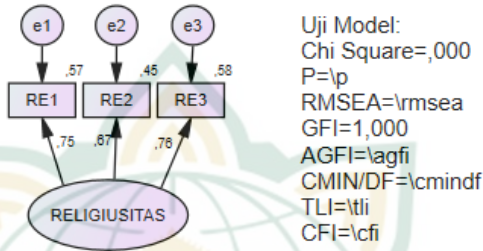
3. Analisis Konfirmatori

Analisis konfirmatori digunakan untuk mengkaji konsep yang dibangun dengan menggunakan indikator terukur. Analisis konfirmatori untuk menguji tiap variabel dalam penelitian ini yaitu:

a) Analisis Konfirmatori Religiusitas

Hasil analisis konfirmatori variabel religiusitas yang dibangun dengan menggunakan tiga indikator yaitu dimensi keyakinan (RE1), dimensi praktik agama (RE2) dan dimensi konsekuensi (RE3) dapat dilihat pada grafik output analisis dengan menggunakan AMOS 24.

Gambar 4.7 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Religiusitas



Hasil analisis konfirmatori dapat dijelaskan dengan persamaan berikut :

$$RE1 = 0,75 RE + 0,57$$

$$RE2 = 0,67 RE + 0,45$$

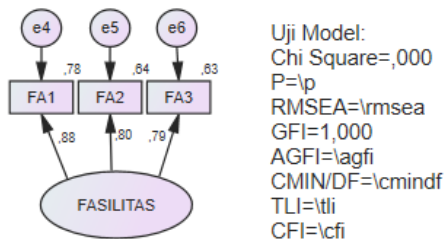
$$RE3 = 0,76 RE + 0,58$$

Model tersebut menunjukkan hubungan antara setiap indikator pembentuk variabel religiusitas. Setiap terjadi kenaikan religiusitas sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan dimensi keyakinan (RE1) sebesar 0,75, dimensi praktik agama (RE2) sebesar 0,67 dan dimensi konsekuensi (RE3) sebesar 0,76. Hal ini menunjukkan hubungan setiap indikator dengan variabel religiusitas.

b) Analisis Konfirmatori Fasilitas

Hasil analisis konfirmatori untuk variabel fasilitas yang dibangun oleh 3 indikator yaitu fasilitas utama (FA1), fasilitas pendukung (FA2) dan fasilitas penunjang (FA3) dapat dilihat dari grafik output berikut ini

Gambar 4.8 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Fasilitas



Hasil analisis konfirmatori tersebut dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$FA1 = 0,88 FA + 0,78$$

$$FA2 = 0,80 FA + 0,64$$

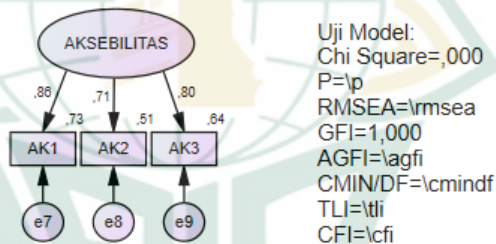
$$FA3 = 0,79 FA + 0,63$$

Model tersebut menunjukkan hubungan antara variabel setiap indikator pembentuk variabel fasilitas. Setiap terjadi kenaikan fasilitas sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan fasilitas utama (FA1) sebesar 0,88, fasilitas pendukung (FA2) sebesar 0,80 dan fasilitas penunjang (FA3) sebesar 0,79.

#### c) Analisis Konfirmatori Aksesibilitas

Hasil analisis konfirmatori variabel aksesibilitas yang dibangun oleh tiga indikator yaitu akses informasi destinasi (AK1), akses transportasi destinasi (AK2) dan akses akomodasi (AK3) yang dapat dilihat pada grafik output analisis sebagai berikut:

Gambar 4.9 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Aksesibilitas



Hasil analisis konfirmatori tersebut dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$AK1 = 0,86 AK + 0,73$$

$$AK2 = 0,71 AK + 0,51$$

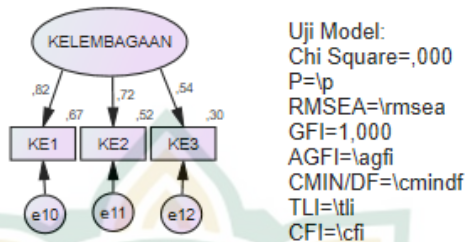
$$AK3 = 0,80 AK + 0,64$$

Model tersebut menunjukkan hubungan setiap indikator pembentuk variabel aksesibilitas. Setiap terjadi kenaikan aksesibilitas sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan akses informasi destinasi (AK1) sebesar 0,86, akses transportasi destinasi (AK2) sebesar 0,71 dan akses akomodasi (AK3) sebesar 0,80.

#### d) Analisis Konfirmatori Kelembagaan

Hasil analisis konfirmatori variabel kelembagaan yang dibangun oleh tiga indikator yaitu (KE1), (KE2) dan (KE3) dapat dilihat dari grafik output analisis AMOS.

Gambar 4.10 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Kelembagaan



Hasil analisis konfirmatori tersebut, dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$KE1 = 0,82 KE + 0,67$$

$$KE2 = 0,72 KE + 0,52$$

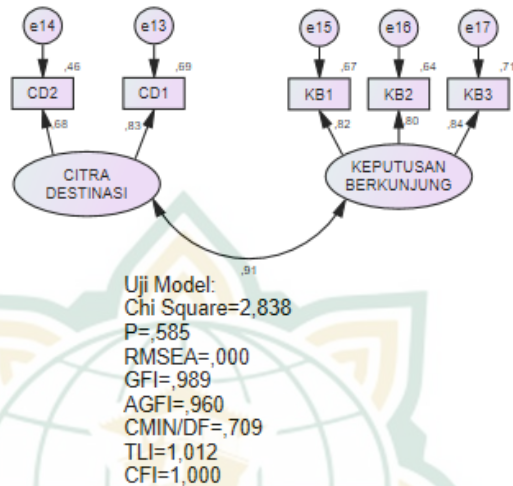
$$KE3 = 0,54 KE + 0,30$$

Model tersebut menunjukkan hubungan antara setiap indikator pembentuk variabel kelembagaan. Setiap terjadi kenaikan kelembagaan sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan peraturan/ kebijakan pariwisata (KE1) sebesar 0,82, promosi destinasi (KE2) sebesar 0,72 dan masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah (KE3) sebesar 0,54.

e) Analisis Konfirmatori Citra Destinasi

Hasil analisis konfirmatori variabel citra destinasi yang dibangun oleh dua indikator yaitu citra kognitif destinasi (CD1) dan citra afektif destinasi (CD2) dapat dilihat dari grafik output analisis AMOS.

Gambar 4.11 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Citra Destinasi



Hasil analisis konfirmatori tersebut, dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$CD1 = 0,68 CD + 0,46$$

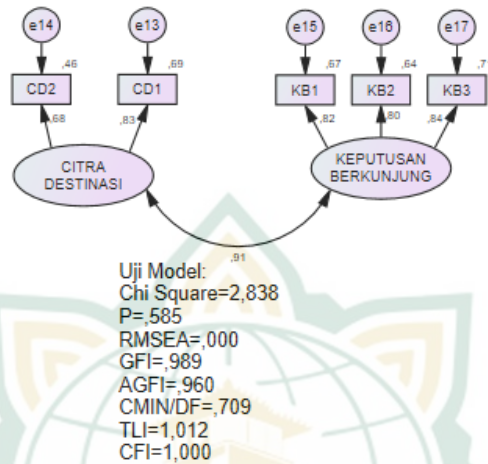
$$CD2 = 0,83 CD + 0,69$$

Model tersebut menunjukkan hubungan antara setiap indikator pembentuk variabel kelembagaan. Setiap terjadi kenaikan citra destinasi sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan citra kognitif destinasi (CD1) sebesar 0,68 dan citra afektif destinasi (CD2) sebesar 0,83.

f) Analisis Konfirmatori Keputusan Berkunjung

Hasil analisis konfirmatori variabel keputusan berkunjung yang dibangun oleh tiga indikator yaitu karakteristik wisatawan (KB1), kesadaran akan manfaat perjalanan (KB2) dan gambaran perjalanan (KB3) dapat dilihat dari grafik output analisis AMOS.

Gambar 4.12 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Keputusan Berkunjung



Hasil analisis konfirmatori tersebut, dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$KB1 = 0,82 KB + 0,67$$

$$KB2 = 0,80 KB + 0,64$$

$$KB3 = 0,84 KB + 0,71$$

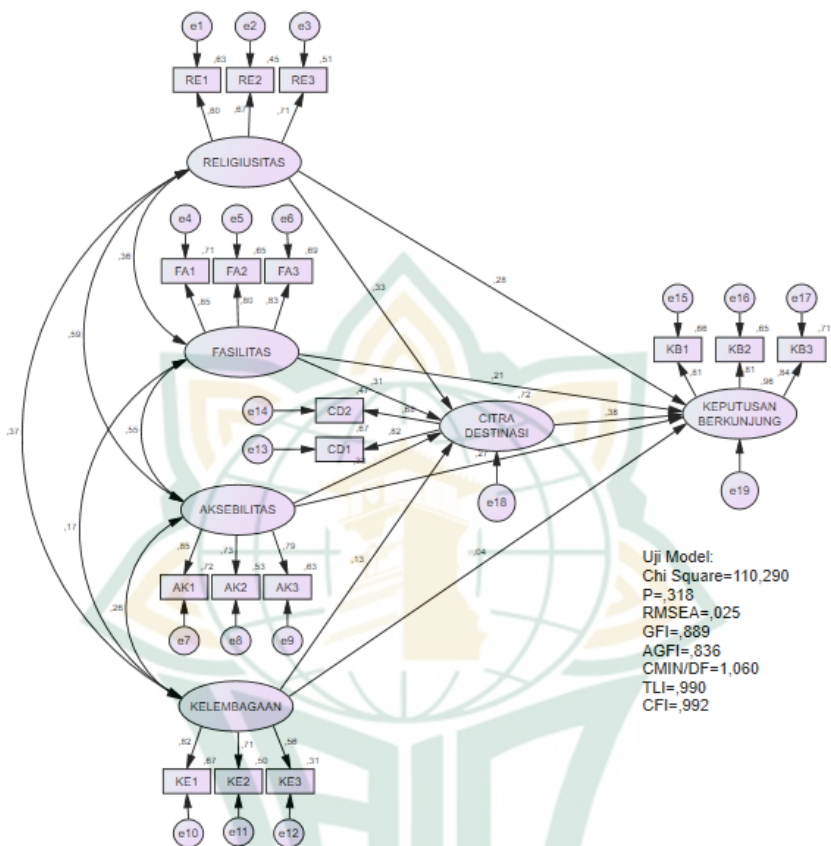
Model tersebut menunjukkan hubungan antara setiap indikator pembentuk variabel kelembagaan. Setiap terjadi kenaikan keputusan berkunjung sebesar 1 satuan akan diikuti kenaikan karakteristik wisatawan (KB1) sebesar 0,82, kesadaran akan manfaat perjalanan (KB2) sebesar 0,80 dan gambaran perjalanan (KB3) sebesar 0,84.

### E. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Analisis structural equation modeling (SEM) digunakan untuk mengetahui hubungan structural antar variabel yang diteliti. Hasil diagram, jalur dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.13 Diagram Path Hasil Analisis SEM



Hubungan structural antar variabel dapat dilihat dari diagram jalur yang diperoleh dari output AMOS dan kesesuaian menggunakan *goodness of fit index*.

Tabel 4.33 Uji Model *Goodness Of Fit Test* Konfirmantori Variabel

<i>Goodness of Index</i>	<i>Cut of Value</i>	Hasil Model	Keterangan
<i>Chi-Square</i>		110,29	Diharapkan kecil
<i>Probability</i>	≥ 0,05	0,318	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,025	Baik
GFI	≥ 0,09	0,889	Baik
AGFI	≥ 0,09	0,836	Baik
CMIN/ DF	≤ 2	1,060	Baik
TLI	≥ 0,95	0,990	Baik
CFI	≥ 0,95	0,992	Baik

Dari hasil diagram jalur diperoleh model structural yaitu :

1.  $CD = 0,33 RE + 0,31 FA + 0,32 AK + 0,13 KE$

Model tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan satu satuan religiusitas (RE) akan diikuti kenaikan citra destinasi (CD) sebesar 0,33. Setiap terjadi kenaikan satu satuan fasilitas (FA) akan diikuti kenaikan citra destinasi (CD) sebesar 0,31. Setiap terjadi kenaikan satu satuan aksesibilitas (AK) akan diikuti kenaikan citra destinasi (CD) sebesar 0,32. Setiap terjadi kenaikan satu satuan kelembagaan (KE) akan diikuti kenaikan citra destinasi (CD) sebesar 0,13.

2.  $KB = 0,28 RE + 0,21 FA + 0,27 AK + 0,04 KE$

Model tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan satu satuan religiusitas (RE) akan diikuti kenaikan keputusan berkunjung (KB) sebesar 0,28. Setiap terjadi kenaikan satu satuan fasilitas (FA) akan diikuti kenaikan keputusan berkunjung (KB) sebesar 0,21. Setiap terjadi kenaikan satu satuan aksesibilitas (AK) akan diikuti kenaikan keputusan berkunjung (KB) sebesar 0,27. Setiap terjadi kenaikan satu satuan kelembagaan (KE) akan diikuti kenaikan keputusan berkunjung (KB) sebesar 0,04.

**F. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis yang diajukan dilakukan dengan menganalisis *regression weight* untuk masing-masing variabel. Dengan melihat C.R yang identik dengan nilai  $t_{hitung}$  pada hasil pengolahan menggunakan AMOS yang dibandingkan dengan nilai C.R yaitu  $\geq 1,96$  pada tingkat signifikansi 0,05

Tabel 4.34 Uji Hipotesis menggunakan *Regression Weight*

	Estimate	S.E	C.R	P	Label
CD ← RE	.257	.109	2.356	.018	Par_1
CD ← FA	.269	.104	2.584	.010	Par_2
CD ← AK	.298	.136	2.190	.028	Par_3
CD ← KE	.101	.082	1.241	.215	Par_4
KB ← RE	.214	.087	2.458	.014	Par_5
KB ← FA	.176	.082	2.136	.033	Par_6
KB ← AK	.235	.102	2.307	.021	Par_7
KB ← KE	.026	.055	0.467	.040	Par_8
KB ← CD	.373	.184	2.027	.043	Par_9

1. Pengujian hipotesis 1  
Hipotesis 1 menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,458 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0,014.
2. Pengujian hipotesis 2  
Hipotesis 2 menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,136 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0,033.
3. Pengujian hipotesis 3  
Hipotesis 3 menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,307 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0,021
4. Pengujian hipotesis 4  
Hipotesis 4 menyatakan bahwa kelembagaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 0,467 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0,040
5. Pengujian hipotesis 5  
Hipotesis 5 menyatakan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,027 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0,043
6. Pengujian hipotesis 6  
Hipotesis 6 menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel *intervening*. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,356 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0.018
7. Pengujian hipotesis 7  
Hipotesis 7 menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel *intervening*. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,584 \geq 1,96$  dengan nilai probabilitas 0.010
8. Pengujian hipotesis 8  
Hipotesis 8 menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel *intervening*. Pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 2,190 \geq 1,96$  dengan probabilitas 0,028
9. Pengujian hipotesis 9

Hipotesis 9 menyatakan bahwa kelembagaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel *intervening*. pada tabel diperoleh nilai  $C.R = 1,241 \leq 1,96$  dengan probabilitas 0,215

Berdasarkan hasil analisis *regression weight* diatas dapat dirangkum :

Tabel 4.35 Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Kesimpulan
1	Religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung	Diterima
2	Fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung	Diterima
3	Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung	Diterima
4	Kelembagaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung	Ditolak
5	Citra destinasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung	Diterima
6	Religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel <i>intervening</i>	Diterima
7	Fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel <i>intervening</i>	Diterima
8	Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel <i>intervening</i>	Diterima
9	Kelembagaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel <i>intervening</i>	Ditolak

## G. Analisis Besar Pengaruh

Besarnya pengaruh antara atraksi, fasilitas, aksesibilitas, kelembagaan dengan citra destinasi serta besarnya pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung dapat dilihat dari koefisien *Standardized Regression Weight*.

Tabel 4.36 Koefisien *Standardized Regression Weight*

	Estimate
CD ← RE	.329
CD ← FA	.312
CD ← AK	.330
CD ← KE	.134
KB ← RE	.281
KB ← FA	.209
KB ← AK	.266
KB ← KE	.035
KB ← CD	.383

Pengaruh religiusitas terhadap citra destinasi (RE → CD) sebesar 0,329 dan pengaruh religiusitas terhadap keputusan berkunjung (RE → CD → KB) sebesar  $0,329 \times 0,383 = 0,126$  sehingga total pengaruh religiusitas terhadap keputusan berkunjung sebesar  $0,329 + 0,126 = 0,455$  atau 45,5%.

Pengaruh fasilitas terhadap citra destinasi (FA → CD) sebesar 0,312 dan pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung (FA → CD → KB) sebesar  $0,312 \times 0,383 = 0,119$  sehingga total pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung sebesar  $0,312 + 0,119 = 0,4531$  atau 43,1 %.

Pengaruh aksesibilitas terhadap citra destinasi (AK → CD) sebesar 0,330 dan pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung (AK → CD → KB) sebesar  $0,330 \times 0,383 = 0,126$  sehingga total pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung sebesar  $0,330 + 0,126 = 0,456$  atau 45,6%.

Pengaruh kelembagaan terhadap citra destinasi (KE → CD) sebesar 0,134 dan pengaruh kelembagaan terhadap keputusan berkunjung (KE → CD → KB) sebesar  $0,134 \times 0,383 = 0,051$  sehingga total pengaruh kelembagaan terhadap keputusan berkunjung sebesar  $0,134 + 0,051 = 0,185$  atau 18,5%.

## H. Pembahasan

1. Pengaruh religiusitas terhadap citra destinasi dan pengaruh religiusitas terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang pada variabel religiusitas diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,67 yaitu indikator dimensi praktik agama. Dari analisis deskriptif yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator dimensi keyakinan

merupakan indikator dengan nilai mean paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 64,60.

Berdasarkan analisis diskriptif diketahui bahwa 36% responden menyatakan bahwa religiusitas mempengaruhi wisatawan saat berkunjung ke Morosari. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh<sup>1</sup>. Perilaku religiusitas yang terlihat dari peningkatan spiritualitas seseorang menjadi kebutuhan rohani manusia modern. Peningkatan kualitas seseorang tidak hanya dilihat dari segi fisik yang terlihat saja, tetapi bagaimana tingkat spiritualitas seseorang.

Sikap religiusitas seseorang, menjadi kekuatan yang menonjol yang akan memberikan ketenangan dan kenyamanan jiwa. Saat menghadapi masalah hidup yang berakibat negatif, sikap religiusitas ini akan mempengaruhi kejiwaan saat menghadapi masalah tersebut. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka keputusan yang diambil untuk menyelesaikan masalah akan menuju hal yang positif.

Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk membentuk perilaku religius. Sikap tersebut dapat dibentuk dengan melakukan praktik agama, menambah keyakinan dan pengalaman yang dialami. Cara lain yang dapat dilakukan seseorang untuk meningkatkan religiusitas sekaligus memperoleh kesenangan yaitu dengan cara berwisata. Berwisata ketempat wisata religi merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan spiritualitas seseorang. Kita bisa memperoleh kesenangan dar berwisata disisi lain kita juga dapat meningkatkan religiusitas kita.

Seseorang yang memiliki sikap religiusitas akan menyandarkan apa yang dilakukan dalam hidupnya berdasarkan pada nilai agama yang dipercayainya termasuk juga dalam membuat keputusan dalam berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Berwisata ke sebuah destinasi tertentu dilakukan sebagai salah satu upaya meningkatkan religiusitas. Destinasi wisata yang dapat meningkatkan religiusitas seseorang sekaligus memperoleh kesenangan berwisata, salah satunya adalah

---

<sup>1</sup> Annisa Salsabila, "Pengaruh Motivasi Religiusitas Wisatawan Muslim Terhadap Pemilihan Pulau Lombok Sebagai Preferensi Destinasi Wisata Halal : Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Atau Syariah", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol 6 No.2, (2018).

berkunjung ke Morosari. Berkunjung ke wisata spiritual menjadi salah satu budaya yang dilakukan masyarakat Indonesia.

Morosari merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Demak yang menawarkan wisata religi sekaligus wisata alam. Di Morosari terdapat makam penyebar agama Islam yang bernama Syeh Mudzaki dimana makamnya tidak tengelam terkena abrasi laut walaupun daerah sekitarnya sudah menjadi tidak dapat dihuni kembali. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan wisatawan berkunjung ke Morosari. Wisatawan beranggapan dengan berkunjung ke Morosari, keberkahan akan mereka peroleh. Hal ini karena adanya kepercayaan bahwa jika kita berkunjung ke makam penyebar agama Islam maka doa yang kita panjatkan akan lebih cepat terkabulkan. Wisatawan berharap “ngarap berkah” saat berkunjung. Wisatawan akan memperoleh kesenangan dari wisata sekaligus akan meningkatkan religiusitas mereka saat berkunjung ke Morosari. Citra positif inilah yang nampak dari destinasi wisata Morosari. Selain wisata makam terapung/ makam syeh Mudzaki yang ada, Morosari memiliki keindahan alam. Di Morosari kita dapat menikmati pemandangan pantai dan laut serta dapat berkunjung ke hutan mangrove. Kita juga dapat mengelilingi hutan mangrove dengan naik perahu dan melihat bekas rumah warga yang terkena abrasi. Citra positif yang ada di Morosari membuat wisatawan mau berkunjung.

2. Pengaruh fasilitas terhadap citra destinasi dan pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel fasilitas diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,79 yaitu indikator fasilitas penunjang. Dari analisis deskripsi yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator fasilitas pendukung merupakan indikator dengan nilai mean paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 69,27.

Fasilitas merupakan segala hal yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa pariwisata untuk digunakan dan dinikmati yang bertujuan memperoleh kepuasan maksimal<sup>2</sup>. Fasilitas merupakan pelengkap yang diperoleh oleh wisatawan saat menikmati atraksi di destinasi wisata. Fasilitas wisata akan mempengaruhi persepsi wisatawan akan sebuah destinasi

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009).

wisata. Fasilitas perlu diperhatikan agar harapan serta persepsi konsumen akan suatu destinasi wisata sesuai dengan kenyataan di lapangan sehingga kepuasan wisatawan dapat tercapai. Fasilitas akan dapat mengembangkan sebuah destinasi wisata. Fasilitas ini dapat berupa fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang. Fasilitas inilah yang akan membuat wisatawan dapat lebih menikmati atraksi yang ada. Fasilitas yang memadai akan menciptakan kepuasan bagi wisatawan. Saat wisatawan puas akan sebuah destinasi wisata, maka wisatawan akan memberikan citra positif terhadap objek wisata. Citra positif destinasi wisata akan membuat wisatawan mau berkunjung ke destinasi tersebut. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Eka Rosyidah Aprilia yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan kepuasan wisatawan<sup>3</sup>.

Pembangunan fasilitas wisata di sebuah destinasi wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kualitas maupun kuantitasnya. Dengan fasilitas yang memadai di destinasi wisata maka akan menambah citra positif sebuah destinasi wisata yang akan berimbas pada keputusan berkunjung wisatawan ke sebuah destinasi wisata. Ada indikator yang harus diperhatikan dalam menyediakan fasilitas yaitu kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan; kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan; kemudahan fasilitas yang ditawarkan.

Dalam uji hipotesis yang dilakukan, terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan citra destinasi dan terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan keputusan berkunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vebriana Fitria Sagita Sari yang menyatakan bahwa harga tiket dan fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung<sup>4</sup>. Fasilitas di Morosari belum memadai. Hal ini dapat dilihat dari

---

<sup>3</sup> Eka Rosyidah Aprilia, "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis*, (2017): 16.

<sup>4</sup> Vebriana Fitria Sagita Sari, "Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya*, Volume 8 Nomor 1, (2020): 723-729



ATM, toilet dan fasilitas lainnya yang belum memadai. Hal ini membuat wisatawan saat berkunjung ke Morosari tidak terlalu nyaman.

Fasilitas yang kurang menjadi banyak aduan dari pengunjung sehingga pengelola destinasi wisata Morosari mulai memperbaiki fasilitas yang kurang tersebut. Fasilitas di Morosari mulai dilengkapi sesuai dengan kebutuhan wisatawan saat berada disana. Di Morosari fasilitas memang belum terlalu memadai tetapi pengelola mulai menambah fasilitas yang ada agar wisatawan betah saat berada di Morosari. Hal itu bisa dilihat dengan diperbaikinya lahan parkir untuk wisatawan, kamar mandi yang diperbanyak, mushola yang disediakan serta fasilitas lain yang mulai diperbaiki. Fasilitas yang diperbaiki dan ditambah sesuai kebutuhan wisatawan diharapkan akan mampu mengembangkan destinasi wisata Morosari sebagai salah satu andalan wisata di Kabupaten Demak. Pengembangan ini diharapkan akan membuat wisatawan menetapkan keputusannya untuk berkunjung ke Morosari.

### 3. Pengaruh aksesibilitas terhadap citra destinasi dan pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel aksesibilitas diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,71 yaitu indikator akses transportasi destinasi. Dari analisis diskripsi yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator akses akomodasi merupakan indikator dengan nilai *mean* paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 66,73. Pada uji hipotesis dilakukan, diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara aksesibilitas dengan citra destinasi dan terdapat pengaruh yang signifikan antara aksesibilitas dengan keputusan berkunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriele Lailatul Muharromah yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara aksesibilitas dengan keputusan berkunjung<sup>5</sup>.

Aksesibilitas memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke destinasi wisata. Aksesibilitas yang baik akan memberikan kenyamanan wisatawan dalam perjalanan menuju atau saat berada di destinasi wisata.

---

<sup>5</sup> Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH Abdurrahman Wahid", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Universitas Negeri Surabaya*, Volume 3 Nomor 2, (2020): 152-164

Aksesibilitas yang mudah akan memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan kepada wisatawan sehingga saat wisatawan akan berkunjung ke sebuah destinasi wisata, mereka sudah mempunyai gambaran bahwa perjalanan yang akan dilakukan menyenangkan. Aksesibilitas yang ada di destinasi wisata dapat berupa akses informasi, akses transportasi dan akses akomodasi. Aksesibilitas dibutuhkan oleh wisatawan agar mudah dalam melakukan perjalanan ke sebuah objek wisata. Dengan adanya teknologi yang sudah modern, aksesibilitas lebih mudah dengan bantuan teknologi.

Pada wisata Morosari yang merupakan destinasi wisata sejarah Islam dan wisata bahari, dimana letaknya tidak berada di pusat kota, aksesibilitas dibutuhkan agar wisatawan dapat menuju destinasi wisata dengan mudah. Pengelola Morosari mulai memperbaiki aksesibilitas yang ada di Morosari. Hal itu dapat dilihat dari akses informasi yang ditambah agar wisatawan tau tentang wisata Morosari melalui social media. Transportasi dan akomodasi telah ditambah sehingga wisatawan dapat dengan mudah saat menuju Morosari. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Marhanani Tri Astuti maka sebuah destinasi wisata harus memenuhi komponen 4A pariwisata agar destinasi wisata tersebut dapat dikembangkan potensinya.

4. Pengaruh fasilitas terhadap citra destinasi dan pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel kelembagaan diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,54 yaitu indikator masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah. Dari analisis deskripsi yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator masyarakat dan pebisnis pariwisata ramah merupakan indikator dengan nilai *mean* paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 69,33. Dalam uji hipotesis yang dilakukan, variabel kelembagaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra destinasi dan kelembagaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab pemerintah baik pemerintah, masyarakat sekitar serta pihak swasta yang ikut berperan secara aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kelembagaan secara formal dapat dibentuk oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah sedangkan kelembagaan informal dapat dibentuk oleh

masyarakat sekitar dan pihak swasta. bersinerginya pihak formal dan pihak informal dalam kelembagaan sebuah destinasi wisata akan membuat destinasi wisata menjadi lebih terorganisir dan dapat meminimalisir dampak negatif sebuah destinasi wisata<sup>6</sup>. Di Morosari kelembagaan dilakukan oleh pihak formal yaitu pemerintah Kabupaten Demak serta pihak informal yaitu ahli waris Syeh Mudzaki untuk makam terapungnya. Kelembagaan yang bersinergi dengan baik akan membuat destinasi wisata menjadi lebih efektif.

Kelembagaan yang dilakukan secara bersinergi akan menciptakan pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan. Destinasi wisata Morosari akan lebih tertata pengelolaannya dengan adanya peraturan/ kebijakan pemerintah yang dapat membuat pengembangan destinasi wisata menjadi berjalan dengan baik. Kelembagaan formal dan informal akan mempromosikan destinasi wisata Morosari sehingga tingkat kunjungan akan meningkat. Promosi skala besar yang minim dilakukan terhadap destinasi wisata Morosari. Promosi dalam skala kecil dilakukan oleh pengunjung lebih sering dilakukan.

Kelembagaan yang baik akan membuat pelayanan kepada wisatawan menjadi lebih baik. Kebutuhan wisatawan akan destinasi wisata dapat diberikan dengan baik pula. Hal ini akan membuat citra positif sebuah destinasi wisata. Citra positif sebuah destinasi wisata akan membuat wisatawan yang akan berkunjung menetapkan keputusannya mengunjungi sebuah destinasi wisata dan wisatawan yang sudah pernah datang akan berkunjung kembali.

Pemerintah Kabupaten Demak sudah mulai mempromosikan wisata Morosari, tetapi sebelumnya Morosari bukan salah satu wisata andalan di Kabupaten Demak. Promosi belum dilakukan secara efektif. Selain itu belum bersinerginya antara pemerintah kabupaten dengan ahli waris makam menjadikan promosi yang dilakukan tidak dapat maksimal. Pengelolaan yang dilakukan belum bersinergi diantara pengelola Morosari.

##### 5. Pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel citra destinasi diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,68 yaitu indikator citra kognitif destinasi. Dari analisis

---

<sup>6</sup> Tia Oktaviani Sumarna Aulia, *Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2010)

diskripsi yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator citra kognitif destinasi merupakan indikator dengan nilai mean paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 69,47.

Citra merupakan hasil pemikiran konsumen dari fenomena perspektif yang diperolehnya. Citra memiliki komponen berupa kognitif dan emosional<sup>7</sup>. Citra destinasi adalah sebuah perspektif individu wisatawan terhadap karakteristik sebuah destinasi yang dipengaruhi oleh promosi, media massa serta faktor lainnya.

Daerah tujuan pariwisata dapat disebut juga sebagai destinasi wisata merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih kawasan administratif yang didalamnya terdapat atraksi wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas dan masyarakat yang saling berkaitan dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan<sup>8</sup>. Berbagai macam atribut yang menyertai sebuah destinasi wisata. Citra positif destinasi dapat menambah keinginan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata juga bisa membuat wisatawan mengalihkan pilihannya untuk berkunjung ke destinasi wisata lain.

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa atraksi, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan kepada citra destinasi tetapi kelembagaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra destinasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulfi Abdul Haji.

Morosari merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Demak dengan citra sebagai wisata syariah. Citra destinasi dapat dijadikan *branding* yang digunakan untuk mempengaruhi persepsi wisatawan agar mau berkunjung ke sebuah destinasi. Citra destinasi halal atau citra destinasi syariah merupakan variasi pariwisata yang menebarkan daya tarik konsep halal didalam pariwisata. Destinasi wisata syariah penerapannya tidak hanya pada satu golongan saja tetapi bisa diaplikasikan pada semua agama, ras dan suku. Esensi dari wisata syariah adalah menghilangkan unsur-unsur yang membahayakan pada produk wisata.

---

<sup>7</sup> Boluglu S & McCleary K.W. “ A Model of Destination Image Formation”, *Annals of Tourism Research*, 26 (4), (1999), 808-889

<sup>8</sup> Undang-Undang no 10 tahun 2009 tentang Fasilitas Pariwisata (17 Januari 2021)

Citra destinasi Morosari sebagai destinasi wisata yang memberikan keberkahan yang dipadu dengan keindahan alam, memberikan citra positif pada Morosari, sedangkan fasilitas yang kurang memadai, promosi yang minim serta akses yang cukup susah membuat citra negatif destinasi Morosari.

6. Pengaruh religiusitas, fasilitas, aksesibilitas dan kelembagaan terhadap citra destinasi dan pengaruh religiusitas, fasilitas, aksesibilitas dan kelembagaan terhadap keputusan berkunjung

Dari uji konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel keputusan berkunjung diperoleh *factor loading* yang paling rendah sebesar 0,86 yaitu indikator kesadaran akan manfaat perjalanan. Dari analisis deskripsi yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator kesadaran akan manfaat perjalanan merupakan indikator dengan nilai mean paling rendah dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 64,33. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi dengan keputusan berkunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indri Safitri yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara citra destinasi wisata terhadap keputusan berkunjung<sup>9</sup>.

Keputusan berkunjung pada dasarnya hampir sama dengan keputusan pembelian. Konsumen dimana disini disebut wisatawan akan memilih alternatif yang ada lalu mengevaluasi untuk mengambil keputusan untuk berkunjung. Keputusan wisatawan dalam mengunjungi sebuah destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa hal seperti atraksi yang ada di destinasi wisata, fasilitas yang disediakan yang lengkap dan nyaman, kemudahan aksesibilitas, promosi yang dilakukan serta citra destinasi wisata tersebut. Hal-hal tersebut harus dapat menimbulkan kepuasan bagi wisatawan sehingga ia akan memilih destinasi wisata tersebut untuk dikunjungi dari berbagai alternatif yang ada. Wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata tersebut sesuai dengan harapannya, maka ia akan berkunjung kembali pada waktu yang berbeda.

Wisatawan saat mau berkunjung ke sebuah destinasi wisata, pada umumnya telah merencanakan kunjungan tersebut jauh hari sebelumnya. Produk wisata harus didatangi secara langsung karena dalam menikmati produk wisata tidak dapat

---

<sup>9</sup> Indri Safitri, "Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan", *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*, Volume 8 Nomor 3, (2020); 734-741

dicoba sebelumnya. Selain melihat produk wisata yang ada didestinasikan wisata tersebut, keputusan berkunjung wisatawan pada sebuah destinasi wisata juga dipengaruhi oleh citra destinasi wisata yang ada dibenak wisatawan. Persepsi seseorang terhadap sebuah destinasi wisata tidak selalu sama. Setiap orang akan memiliki pemikiran yang berbeda akan sebuah destinasi wisata. Untuk membuat wisatawan berkunjung, destinasi wisata harus memberikan pengalaman sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan sehingga citra destinasi wisata tersebut mudah diingat dan menjadi pilihan wisatawan untuk berkunjung.

Destinasi wisata dikatakan berhasil jika destinasi wisata tersebut dapat memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Sebuah destinasi wisata juga harus memperhatikan pesaing yang dapat membuat wisatawan berpaling ke destinasi lain yang dianggap lebih menarik untuk dikunjungi. Hal ini akan berpengaruh terhadap jumlah pengunjung didestinasikan wisata.

Morosari memiliki citra destinasi sebagai sebuah destinasi wisata religi. Wisatawan sekarang ini memiliki tren yang berbeda dalam berwisata. Wisatawan saat berkunjung ke sebuah destinasi pada awalnya memiliki motivasi Sun, Sea dan Sand beralih menjadi serenity, sustainability dan spiritualit. Wisatawan sekarang tidak hanya mencari sebuah destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam tetapi juga yang dapat menjangkau sisi spiritualitas yang memberikan ketenangan pada wisatawan. Hal ini berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Morosari. Kabupaten Demak yang dikenal sebagai kota wali memberikan dampak citra positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Wisatawan akan memiliki alternatif pilihan berkunjung saat berkunjung ke Kabupaten Demak.