

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Sunan Pojok Blora

Makam Sunan Pojok terletak di jantung kota Blora, lebih tepatnya di sebelah selatan Alun-Alun Kota Blora Jalan Mr. Iskandar I/1 Blora¹. Lokasi ini diperkirakan merupakan tempat awal pemerintahan Kabupaten Blora. Makam tersebut sampai saat ini masih dipelihara dan dihormati oleh masyarakat, karena memiliki sejarah bagi masyarakat Blora.

Sunan Pojok Blora merupakan makam pindahan yang dilakukan oleh R.T. Djojodipo, putera beliau yang menjabat sebagai Bupati pertama di Kabupaten Blora, sebelumnya makam Sunan Pojok Blora berada di Desa Pojok, Karangnangka Kecamatan Banjarejo Kabupaten Blora dan makam tersebut kini dikelola oleh Yayasan Sunan Pojok Blora². Sunan Pojok Blora, memiliki lebih dari satu nama atau sebutan yaitu Pangeran Pojok, Pangeran Surabaya, Pangeran Surabahu, Pangeran Sedah, Syaikh Amirullah Abdurrochim dan Wali Pojok Blora. Dalam hidupnya penuh dedikasi terhadap pemerintahan Mataram kepada rakyat, untuk itu beliau sangat terkenal yang ditunjukkan dengan berbagai jabatan yaitu sebagai panglima perang, sebagai adipati dan segala jabatan yang didudukinya hingga akhirnya beliau menjadi waliyullah. Sunan Pojok Blora mempunyai tiga orang putra, yaitu 1. Pangeran Kleco (yang dimakamkan di Kudus, di komplek Makam Sunan Kudus), 2. Pangeran Joyo Dipo (sebagai Bupati I Kadipaten Blora, yang dimakamkan di Blora di komplek makam Sunan Pojok Blora, tepatnya di sebelah timur makam Sunan Pojok Blora), 3. Pangeran Dipoyudo (makamnya berada di desa Tambaksari Blora).

Setelah berhasil mengamankan wilayah Pati, Tuban, Gresik, Surabaya, dan Pasuruan, Pangeran Pojok diangkat menjadi Adipati Tuban dan mendapat gelar atau

¹ Observasi peneliti di Makam Sunan Pojok Blora

² Hasil wawancara dengan pengurus Yayasan Sunan Pojok Blora

sebutan baru yaitu Pangeran Sedah. Namun, karena beliau dekat dengan rakyat dan memang beliau merakyat, maka rakyat umum memanggil beliau dengan sebutan tetap Pangeran Pojok. Pangeran Pojok atau Pangeran Sedah menjadi Adipati di Tuban, karena beliau dapat menumpas kraman/pemberontak yang terjadi di sebagian wilayah Pati, Tuban, Gresik, dan Surabaya. Beliau diangkat menjadi Adipati di Tuban selama 42 tahun, sejak tahun 1619-1661 dan beliau merangkap sebagai Panglima Perang yang menyerang VOC di Batavia pada tanggal 20 Nopember 1626. Pangeran Pojok, diberikan keistimewaan oleh Allah SWT menjabat sebagai Adipati selama 42 tahun dan akhirnya beliau mengundurkan diri sebagai Adipati Tuban untuk menyebarkan agama Islam.

Nama Sunan Pojok Blora, menurut cerita rakyat yang diturunkan dari generasi ke generasi, menyatakan bahwa nama Sunan Pojok disandang beliau sejak menjadi cikal bakal kabupaten Blora, dengan memberikan nama-nama dukuhan desa dan kota serta memberikan peninggalan seperti Masjid Agung Baitunnur Blora dan masih banyak lagi yang harus kita gali dijadikan suri tauladan dalam kehidupan. Atas jasa serta perjuangan beliau dalam menegakkan syariat agama Islam dengan hakekatnya serta dalam memimpin pemerintahan dan kemasyarakatan selama hidupnya di dunia, maka tidak heran jika beliau mendapat penghormatan yang luar biasa oleh para pengikut-pengikutnya. Dan penghormatan yang diberikan oleh Allah SWT, karena kedudukan beliau sebagai waliyullah³.

Pangeran Pojok yang menjadi Adipati Tuban selama 42 tahun sejak 1619-1661. Saat hari grebek maulud tahun Dal, seluruh Bupati di tanah Jawa datang ke Mataram demi menghadap Sri Sultan yang pada saat itu menjadi raja adalah Susuhunan Hamangkurat I (Agung), tentang pelaksanaan tugasnya sebagai Adipati di Tuban, kemudian kembali dan sesampainya di suatu tempat,

³ Ratnani Widowati, *Riwayat Sunan Pojok Blora Pejabat Pemerintah Gemar Ibadah* (Blora: Dinas Pendidikan Nasional Kab. Blora UPTD Perpustakaan Umum Kab. Blora, 2008), 1-16

kemudian beliau istirahat dibawah pohon nangka, karena tempat tersebut belum diberi nama, maka tempat tersebut diberi nama oleh beliau desa Karangnangka.

Selanjutnya karena wilayah tersebut masih di hutan belantara, beliau dan anak buahnya nasak-nasak (membabat hutan) dan tempat tersebut dinamakan desa Sasak. Perjalanan dilanjutkan dengan menyeberang kali atau wangan (sungai), lalu tempat tersebut diberi nama Kaliwangan. Perjalanan dilakukan secara perlahan-lahan karena tanahnya yang embel, tempat tersebut kemudian diberi nama Blora dari kata Balora yang artinya dalam bahasa Jawa embel. Dan karena perjalanan alon-alon (perlahan), maka tempat tersebut dinamakan Alun-Alun. Perjuangan selanjutnya yaitu beliau membangun tempat ibadah, yaitu Masjid Agung Baitunnur Blora yang terletak disebelah barat Alun-alun Blora⁴.

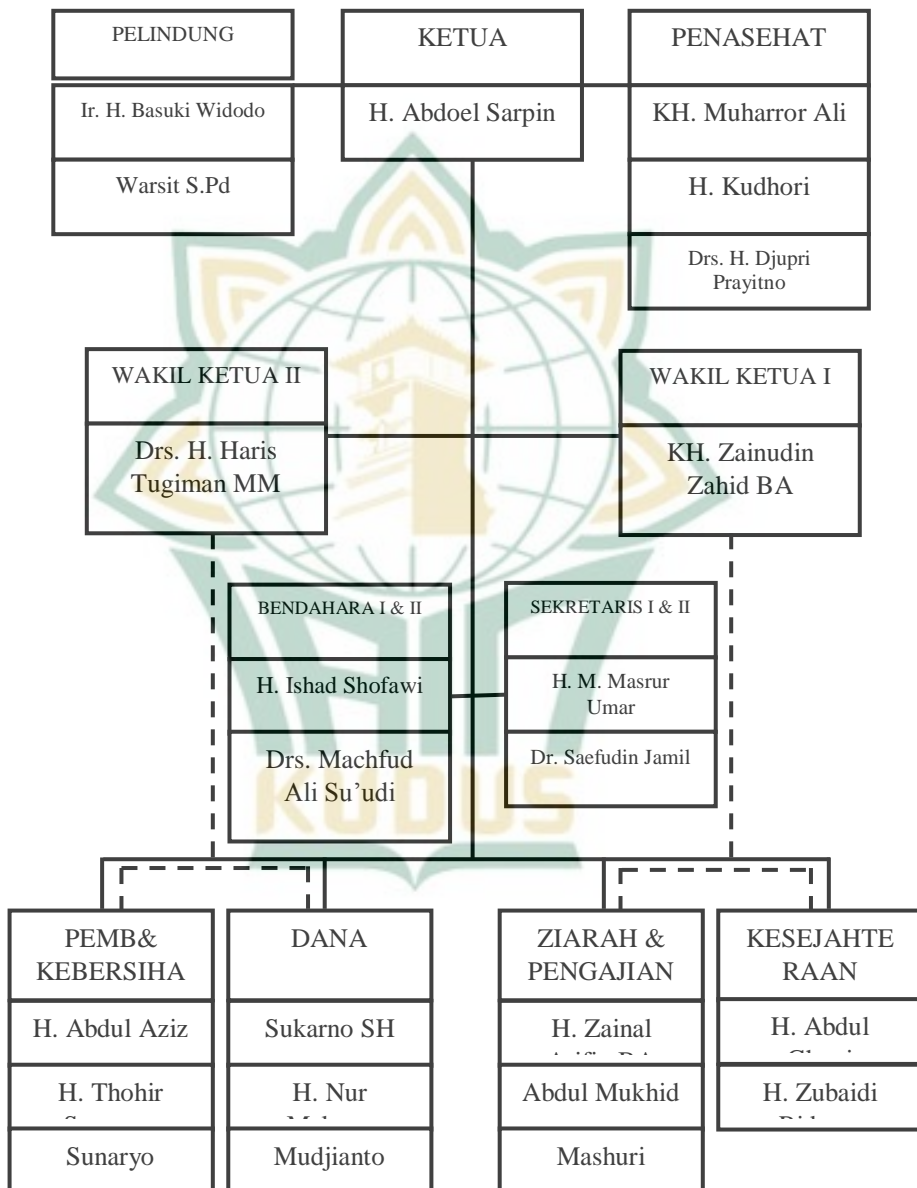


⁴ Ratnani Widowati, *Riwayat Sunan Pojok Blora Pejabat Pemerintah Gemar Ibadah* (Blora: Dinas Pendidikan Nasional Kab. Blora UPTD Perpustakaan Umum Kab. Blora, 2008), 1-16.

2. Struktur Pengurus Yayasan Sunan Pojok Blora

Gambar 4.1

Struktur Pengurus Yayasan Sunan Pojok Blora



3. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden digunakan peneliti untuk menyampaikan informasi mengenai responden. Gambaran umum responden bertujuan untuk mengetahui profil responden berdasarkan data yang diperoleh. Responden penelitian ini adalah pengunjung Makam Sunan Pojok. Dalam penelitian ini menggunakan penyebaran angket sejumlah 100 responden di lokasi Makam Sunan Pojok untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Jumlah pengunjung yang dipilih sebagai responden sejumlah 100 orang. Penelitian ini dibagi dalam 7 karakteristik responden yang terdiri atas jenis kelamin, umur, profesi, tingkat pendidikan, status berkeluarga, jumlah kunjungan hingga sumber informasi kunjungan responden. Berikut penjabaran karakteristik responden :

a. Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Responden	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	50	50 %
2.	Perempuan	50	50 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang pernah berkunjung di Makam Sunan Pojok antara pengunjung laki-laki dan perempuan mempunyai keseimbangan dengan presentase yang sama yaitu 50% pengunjung laki-laki dan 50% pengunjung perempuan.

b. Gambaran Umum Umur Responden

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Umur	Responden	Presentase (%)
1.	< 20	21	21 %
2.	21 – 30	45	45 %
3.	31 – 50	25	25 %
4.	> 51	9	9 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.3 dapat diketahui dari 100 responden yang berkunjung mayoritas berusia 21-30 tahun dengan presentase 45%, pengunjung yang berusia 31-50 tahun juga menempati presentase dibawahnya yaitu sebesar 25%, tak sedikit pula pengunjung yang berusia kurang dari 20 tahun menunjukkan presentase 21%, dan pengunjung yang berusia lebih dari 50 masih jarang ditemukan. Hal ini menunjukkan pengujung Makam Sunan Pojok dominan orang dengan usia 21-30 tahun karena pada saat melakukan penyebaran angket peneliti lebih sering menjumpai pengunjung yang berusia rata-rata 21-30 tahun.

c. Gambaran Umum Profesi Responden

Tabel 4.3
Profesi Responden

No	Profesi	Responden	Presentase (%)
1.	Pegawai Negri	1	1 %
2.	Pegawai Swasta	16	16 %
3.	Wiraswasta	25	25 %
4.	Pelajar/Mahasiswa	33	33 %
5.	Lain-Lain	25	25 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada data di atas pada tabel 4.4 menunjukkan mayoritas pengunjung berprofesi

sebagai pelajar dan mahasiswa yang berjumlah 33 orang dengan presentase 33%, pengunjung yang berprofesi sebagai pegawai negeri menjadi minoritas karena saat penelitian hanya ditemukan 1 orang saja yaitu sebesar 1%, sedangkan pengunjung yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebesar 16% dan pengunjung yang berprofesi wiraswasta sebesar 25% yang mempunyai keseimbangan dengan pengunjung yang berprofesi sebagai pekerja paruh waktu dan ibu rumah tangga sebesar 25%. Sehingga penelitian yang dilakukan pada 100 responden didominasi oleh pelajar dan mahasiswa yang pernah berkunjung di Makam Sunan Pojok.

d. Gambaran Umum Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.4

Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Responden	Presentase (%)
1.	SD	6	6 %
2.	SMP	10	10 %
3.	SMA	58	58 %
4.	S1	25	25 %
5.	S2	1	1 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa dari 100 responden yang melakukan kunjungan di Makam Sunan Pojok 6 orang atau 6% yang mempunyai latar belakang pendidikan SD, 10 orang atau sejumlah 10% berlatar pendidikan SMP, 58 orang atau 58% yang berpendidikan SMA, pengunjung yang berlatar belakang pendidikannya S1 yaitu sebesar 25% atau sejumlah 25 orang, sedangkan yang berlatar belakang S2 hanya 1 orang atau sebesar 1%. Hal ini menunjukkan mayoritas pengunjung yang menjadi responden mempunyai latar belakang SMA yaitu sebesar 58%.

e. Gambaran Umum Status Berkeluarga Responden

Tabel 4.5**Status Berkeluarga Responden**

No	Status Berkeluarga	Responden	Presentase (%)
1.	Berkeluarga	44	44 %
2.	Belum Berkeluarga	56	56 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari data di atas pada tabel 4.6 diketahui bahwa 100 responden yang berkunjung di Makam Sunan Pojok sejumlah 44 orang atau 44% yang sudah berkeluarga dan sejumlah 56 orang yang belum berkeluarga sebesar 56 %. Dapat disimpulkan mayoritas pengunjung yang berkunjung di Makam Sunan Pojok sudah berkeluarga.

f. Gambaran Umum Jumlah Kunjungan Responden

Tabel 4.6**Jumlah Kunjungan Responden**

No	Jumlah Kunjungan	Responden	Presentase (%)
1.	1 – 10	55	55 %
2.	11-30	18	18 %
3.	31-50	8	8 %
4.	51-100	4	4 %
5.	101-300	4	4 %
6.	301-700	2	2 %
7.	701-1000	2	2 %
8.	> 1000	7	7 %
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.7 diketahui mayoritas pengunjung Makam Sunan Pojok melakukan kunjungan 1-10 kali dengan sejumlah 55 responden atau 55 %, 18 responden atau 18 % menyatakan 11-30 kali melakukan kunjungan, 8 responden atau 8 % menyatakan 31-50 kali kunjungan, 4 responden atau 4 % menyatakan 51-100 kali kunjungan, 4

responden atau 4 % menyatakan 101-300 kali kunjungan, 2 responden atau 2 % menyatakan 301-700 kali kunjungan, 2 responden atau 2% menyatakan 701-1000 kali kunjungan, dan 7 responden atau 7 % menyatakan melakukan kunjungan lebih dari 1000 kali.

- g. Gambaran Umum Sumber Informasi Kunjungan Responden

Tabel 4.7
Sumber Informasi Kunjungan Responden

No	Sumber Informasi Kunjungan	Responden	Presentase (%)
1.	Teman	40	40 %
2.	Keluarga	34	34 %
3.	Internet/Media Sosial	2	2 %
4.	Agen Wisata	3	3 %
5.	Lainnya	21	21 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari data di atas dalam tabel 4.8 diketahui dari 100 responden mengetahui informasi mengenai Makam Sunan Pojok sebesar 40% dari teman, 34% berasal dari keluarga, 2% mengetahui informasi dari internet ataupun media sosial, 3% berasal dari agen wisata yang pernah dijumpai, dan 21% lainnya berasal dari pondok atau majelis yang pernah diikuti. Hal ini menunjukkan mayoritas pengunjung mengetahui Makam Sunan Pojok dari teman yang sebelumnya pernah berkunjung.

4. Analisis Jawaban Responden

Berikut adalah hasil gambaran umum jawaban responden terkait pernyataan mengenai pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora :

1. Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Destinasi

Pada penelitian ini, pada variabel Citra Destinasi menggunakan 3 indikator dan dibuat 5 butir

pernyataan yang menggunakan skala *likert* sebagaimana pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.8
Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra
Destinasi

No	Item	Distribusi Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	X1.1	47	45	8	0	0	100
		47%	45%	8%	0	0	100%
2.	X1.2	30	60	10	0	0	100
		30%	60%	10%	0	0	100%
3.	X1.3	43	49	8	0	0	100
		43%	49%	8%	0	0	100%
4.	X1.4	56	41	3	0	0	100
		56%	41%	3%	0	0	100%
5.	X1.5	45	48	6	0	1	100
		45%	48%	6%	0	1%	100%

Pada tabel 4.9 dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pada item X1.1, Makam Sunan Pojok memberikan wawasan baru terhadap pengetahuan pengunjung mengenai obyek wisata Syariah dari 100 responden terdapat 47 responden atau 47% mengatakan sangat setuju, 47 responden atau 47% mengatakan setuju, dan 8 responden atau 8% mengatakan netral. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengunjung Makam Sunan Pojok merasa puas dan dapat mendorong seseorang untuk mengunjungi.
- 2) Pada item X1.2, adanya mushola dan toilet pengunjung laki-laki dan perempuan yang ditempatkan secara terpisah menjadikan pengunjung nyaman saat berada di Makam Sunan

Pojok, dimana terdapat 30 responden atau 30% memberikan pernyataan sangat setuju, 60 responden atau 60% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas pendukung di dalam Makam Sunan Pojok sudah sesuai dengan konsep Syariah yang diharapkan seseorang dalam mengunjungi obyek wisata.

- 3) Pada item X1.3, arsitektur dalam Makam Sunan Pojok menjadikan keunikan pada Makam Sunan Pojok, bahkan sejarah Makam Sunan Pojok yang menarik menjadi daya tarik seseorang untuk mengunjungi sehingga dari 100 responden terdapat 43 responden atau 43% memberikan pernyataan sangat setuju, 49 responden atau 49% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 8% mengatakan netral. Hal tersebut menunjukkan bahwa keunikan wisata religi Makam Sunan Pojok mampu membuat ketertarikan seseorang untuk memutuskan kunjungannya.
- 4) Pada item X1.4, kesan yang timbul di lingkungan Makam Sunan Pojok menjadikan seseorang untuk berkunjung dimana terdapat 56 responden atau 56% memberikan pernyataan sangat setuju, 41 responden atau 41% menyatakan setuju, dan 3 responden atau 3% memberikan pernyataan netral. Hal ini menunjukkan bahwa kesan yang tergambar saat berkunjung dapat menimbulkan keputusan berkunjung pada Makam Sunan Pojok.
- 5) Pada item X1.5, respon yang ramah dari masyarakat disekitar Makam Sunan Pojok mampu membuat kesan baik pengunjung timbul untuk melakukan kunjungan dimana dari 100 responden terdapat 45 responden atau 45% memberikan pernyataan sangat setuju, 48 responden atau 48% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% memberikan pernyataan sangat tidak setuju. Hal tersebut dapat diartikan bahwa respon baik dari

masyarakat dapat mempengaruhi seseorang untuk memutuskan kunjungan di Makam Sunan Pojok.

2. Jawaban Responden Mengenai Variabel Fasilitas

Dalam penelitian ini, pada variabel Fasilitas menggunakan 6 indikator dengan 10 item pernyataan dan menggunakan skala *likert* seperti terlihat dalam tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4.9
Jawaban Responden Mengenai Variabel Fasilitas

No	Item	Distribusi Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X2.1	67	32	0	1	0	100
		67%	32%	0%	1%	0%	100%
2.	X2.2	28	46	17	9	0	100
		28%	46%	17%	9%	0%	100%
3.	X2.3	60	36	3	1	0	100
		60%	36%	3%	1%	0%	100%
4.	X2.4	33	38	14	14	1	100
		33%	38%	14%	14%	1%	100%
5.	X2.5	29	51	15	3	2	100
		29%	51%	15%	3%	2%	100%
6.	X2.6	39	56	4	1	0	100
		39%	56%	4%	1%	0%	100%
7.	X2.7	35	52	11	2	0	100
		35%	52%	11%	2%	0%	100%
8.	X2.8	37	36	8	18	1	100
		37%	36%	8%	18%	1%	100%
9.	X2.9	38	49	11	2	0	100
		38%	49%	11%	2%	0%	100%

10	X2.1	43	54	2	1	0	100
		43 %	54 %	2%	1%	0	100 %

Pada tabel 4.10 dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Pada item X2.1, yaitu lokasi Makam Sunan Pojok yang mudah dijangkau, dari 100 responden terdapat 67 responden atau 67% menyatakan sangat setuju, 32 responden atau 32% menyatakan setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan lokasi Makam Sunan Pojok mudah dijangkau oleh pengunjung.
- 2) Pada item X2.2, yaitu luas jalan dan lorong menuju Makam Sunan Pojok memadai, dimana dari 100 responden terdapat 28 responden atau 28% menyatakan sangat setuju, 46 responden atau 46% menyatakan setuju, 17 responden atau 17% menyatakan netral, dan 9 responden atau 9% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan luas jalan dan lorong yang memadai saat menuju Makam Sunan Pojok.
- 3) Pada item X2.3, letak bangunan Makam Sunan Pojok strategis dimana terdapat 60 responden atau 60% menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 36% menyatakan setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan letak bangunan Makam Sunan Pojok yang sangat strategis.
- 4) Pada item X2.4, yaitu lahan parkir yang tidak memadai, dimana dari 100 responden terdapat 33 responden atau 33% menyatakan sangat setuju, 38 responden atau 38% menyatakan setuju, 14 responden atau 14% menyatakan netral, 14 responden atau 14% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan sangat tidak

setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden setuju dengan lahan parkir yang berada di Makam Sunan Pojok tidak memadai.

- 5) Pada item X2.5, yaitu ketersediaan bangku yang memadai, dimana dari 100 responden terdapat 29 responden atau 29% yang mengatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% mengatakan setuju, 15 responden atau 15% menyatakan netral, 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan ketersediaan bangku di area Makam Sunan Pojok yang memadai untuk digunakan pengunjung untuk beristirahat atau menunggu.
- 6) Pada item X2.6, yaitu lampu penerangan di area makam memadai, dimana terdapat 39 responden atau 39% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden setuju dengan lampu penerangan yang memadai di dalam kompleks Makam Sunan Pojok.
- 7) Pada item X2.7, yaitu tersedianya anak panah petunjuk letak lokasi ataupun fasilitas yang jelas, dimana dari 100 responden terdapat 35 responden atau 35% menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52% menyatakan setuju, 11 responden atau 11% menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan tersedianya anak panah petunjuk lokasi dan fasilitas yang jelas di area Makam Sunan Pojok.
- 8) Pada item X2.8, yaitu tersedianya papan dan poster peringatan untuk menjaga kebersihan, dimana dari 100 responden terdapat 37 responden atau 37% menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 36% menyatakan setuju, 8 responden atau

8% menyatakan netral, 18 responden atau 18% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan tersedianya papan poster peringatan untuk menjaga kebersihan.

9) Pada item X2.9, yaitu fasilitas tempat ibadah yang memadai, dimana terdapat 38 responden atau 38% memberikan pernyataan sangat setuju, 49 responden atau 49% menyatakan setuju, 11 responden atau 11% menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% memberikan pernyataan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan fasilitas ibadah yang disediakan di Makam Sunan Pojok layak dan suci serta memadai untuk pengunjung.

10) Pada item X2.10, yaitu ketersediaan toilet dan tong sampah yang memadai, dimana dari 100 responden terdapat 43 responden atau 43% menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% memberikan pernyataan setuju, 2 responden atau 2% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% memberikan pernyataan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan ketersediaan toilet dan tong sampah di area Makam Sunan Pojok memadai.

3. **Jawaban Responden Mengenai Variabel Norma Subjektif**

Dalam penelitian ini, pada variabel Norma Subjektif menggunakan 2 indikator dengan 5 item pernyataan yang menggunakan skala *likert* seperti halnya dalam tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.10
Jawaban Responden Mengenai Variabel Norma Subjektif

No	Item	Distribusi Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1.	X3.1	45	41	12	2	0	100
		45%	41%	12%	2%	0%	100%

			%				
2.	X3. 2	35	44	16	5	0	100
		35 %	44 %	16 %	5%	0	100 %
3.	X3. 3	29	45	15	10	1	100
		29 %	45 %	15 %	10 %	1%	100 %
4.	X3. 4	39	48	6	7	0	100
		39 %	48 %	6 %	7%	0	100 %
5.	X3. 5	49	45	4	2	0	100
		49 %	45 %	4 %	2%	0	100 %

Pada tabel 4.11 dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Pada item X3.1, yaitu seseorang percaya bahwa berkunjung di Makam Sunan Pojok dapat meningkatkan spiritualitas diri, dimana dari 100 responden terdapat 45 responden atau 45% menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 41% menyatakan setuju, 12 responden atau 12% menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dan percaya dengan berkunjung di Makam Sunan Pojok dapat meningkatkan spiritualitas pengunjung.
- 2) Pada item X3.2, yaitu keluarga pengunjung lebih mengutamakan wisata religi dan berkunjung yang bersangkutan dengan wisata Syariah, dimana terdapat 35 responden atau 35% yang menyatakan sangat setuju, 44 responden atau 44% menyatakan setuju, 16 responden atau 16% menyatakan netral, dan 5 responden atau 5% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa responden dan keluarga cenderung setuju dan lebih mengutamakan berkunjung di wisata religi atau yang bersangkutan dengan wisata Syariah.
- 3) Pada item X3.3, yaitu pengunjung mengikuti saran tetangga/teman untuk berkunjung di Makam

Sunan Pojok, dimana terdapat 29 responden atau 29% menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 45% menyatakan setuju, 15 responden atau 15% menyatakan netral, 10 responden atau 10% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju untuk mengikuti saran dari tetangga/teman untuk berkunjung di Makam Sunan Pojok.

4) Pada item X3.4, yaitu adanya dorongan untuk berkunjung, dimana terdapat 39 responden atau 39% menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48% memberikan pernyataan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan 7 responden atau 7% memberikan pernyataan tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden setuju dengan adanya dorongan dalam diri untuk berkunjung di Makam Sunan Pojok.

5) Pada item X3.5, yaitu pengunjung berharap terus melakukan kunjungan, dimana dari 100 responden terdapat 49 responden atau 49% yang mengatakan sangat setuju, 45 responden atau 45% mengatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% mengatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden sangat setuju dan berharap akan terus melakukan kunjungan di Makam Sunan Pojok.

4. Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Berkunjung

Dalam penelitian ini, pada variabel Keputusan Berkunjung menggunakan 5 indikator dengan 8 item pernyataan dan menggunakan skala *likert* sebagaimana dalam tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4.11
Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan
Berkunjung

No	Item	Distribusi Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Y1	44	48	7	1	0	100
		44%	48%	7%	1%	0	100%
2.	Y2	38	45	11	6	0	100
		38%	45%	11%	6%	0	100%
3.	Y3	14	19	16	42	9	100
		14%	19%	16%	42%	9%	100%
4.	Y4	23	33	29	11	4	100
		23%	33%	29%	11%	4%	100%
5.	Y5	15	30	21	24	10	100
		15%	30%	21%	24%	10%	100%
6.	Y6	54	45	1	0	0	100
		54%	45%	1%	0	0	100%
7.	Y7	48	47	5	0	0	100
		48%	47%	5%	0	0	100%
8.	Y8	48	44	8	0	0	100
		48%	44%	8%	0	0	100%

Pada tabel 4.12 dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pada item Y1, yaitu Makam Sunan Pojok menjadi kebutuhan wisata religi pengunjung, dimana dari 100 responden terdapat 44 responden atau 44% yang memberikan pernyataan sangat setuju, 48 responden atau 48% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% memberikan pernyataan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan objek wisata religi Makam Sunan Pojok merupakan tempat wisata yang memenuhi kebutuhan wisata religi wisatawan.
- 2) Pada item Y2, yaitu pengunjung mengetahui informasi mengenai Makam Sunan Pojok dari orang terdekat yang pernah berkunjung, dimana terdapat 38 responden atau 38% mengatakan

sangat setuju, 45 responden atau 45% menyatakan setuju, 11 responden atau 11% mengatakan netral, dan 6 responden atau 6% mengatakan tidak setuju. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa responden setuju dan mengetahui informasi mengenai Makam Sunan Pojok dari teman, tetangga, atau keluarga yang pernah berkunjung.

- 3) Pada item Y3, yaitu pengunjung mengetahui Makam Sunan Pojok setelah melihat iklan, dimana terdapat 14 responden atau 14% mengatakan sangat setuju, 19 responden atau 19% menyatakan setuju, 16 responden atau 16% mengatakan netral, 42 responden atau 42% mengatakan tidak setuju, dan 9 responden atau 9% mengatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung tidak setuju dengan mengetahui mengenai Makam Sunan Pojok dari iklan media sosial ataupun cetak.
- 4) Pada item Y4, yaitu pengunjung memutuskan berkunjung di Makam Sunan Pojok setelah mengetahui perbedaan dengan objek wisata lainnya, dimana dari 100 responden terdapat 23 responden atau 23% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 33% menyatakan setuju, 29 responden atau 29% menyatakan netral, 11 responden atau 11% menyatakan tidak setuju, dan 4 responden atau 4% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju dengan memutuskan berkunjung di Makam Sunan Pojok setelah mengetahui kelebihan dari segi lokasi serta fasilitas yang berbeda dari objek wisata lainnya.
- 5) Pada item Y5, yaitu membandingkan atau mencocokkan wisata religi dengan wisata religi lainnya, dimana dari 100 responden terdapat 15 responden atau 15% menyatakan sangat setuju, 30 responden atau 30% menyatakan setuju, 21 responden atau 21% menyatakan netral, 24 responden atau 24% menyatakan tidak setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan sangat tidak

setuju. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan membandingkan antar wisata religi untuk membentuk keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok.

- 6) Pada item Y6, yaitu pengunjung memutuskan berkunjung berdasarkan keinginannya sendiri, dimana dari 100 responden terdapat 54 responden atau 54% yang menyatakan sangat setuju, 45 responden atau 45% menyatakan setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan netral. Maka dapat diartikan bahwa responden sangat setuju dengan memutuskan berkunjung atas dasar keinginannya sendiri dalam mengunjungi Makam Sunan Pojok.
- 7) Pada item Y7, yaitu pengunjung merasa puas dan akan melakukan kunjungan lagi di Makam Sunan Pojok, dimana terdapat 48 responden atau 48% mengatakan sangat setuju, 47 responden atau 47% menyatakan setuju, dan 5 responden atau 5% mengatakan netral. Maka dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju dan merasa puas serta akan melakukan kunjungan ulang di Makam Sunan Pojok.
- 8) Pada item Y8, yaitu pengunjung akan merekomendasikan kepada orang terdekatnya tentang keunggulan objek wisata religi Makam Sunan Pojok, dimana terdapat 48 responden atau 48% mengatakan sangat setuju, 44 responden atau 44% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 8% memberikan pernyataan netral. Hal ini dapat diartikan responden cenderung sangat setuju dengan merekomendasikan mengenai keunggulan objek wisata religi Makam Sunan Pojok kepada teman, keluarga, atau tetangga.

5. Analisis Data Penelitian

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

1) Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket kuesioner yang digunakan peneliti untuk mengukur dan mengumpulkan data penelitian dari responden. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df), jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dinyatakan valid.

Uji validitas ini dilakukan dengan menghitung korelasi antar butir pernyataan dengan skor yang telah diisi oleh 100 responden. Pengujian dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , untuk derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) = n-2 maka besarnya df = 100-2 sehingga didapat hasil df = 98 dengan signifikansi 0,05, jadi didapat $r_{tabel} = 0.195$. Uji validitas ini dibantu dengan *IBM SPSS Statistics 22*, adapun hasil uji validitas instrumen variabel Citra Destinasi (X_1), Fasilitas (X_2), Norma Subjektif (X_3), dan Keputusan Berkunjung (Y) dapat dilihat pada tabel berikut :

a) Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X_1)

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X_1)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Citra Destinasi (X_1)	X1.1	0,674	0.195	Valid
	X1.2	0,698	0.195	Valid
	X1.3	0,589	0.195	Valid
	X1.4	0,678	0.195	Valid
	X1.5	0,623	0.195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada variabel Citra Destinasi pada tabel 4.13 terdiri dari 5 item pernyataan, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0.195 maka dapat dinyatakan item tersebut valid.

b) Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2)

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X_2)	X2.1	0,541	0.195	Valid
	X2.2	0,593	0.195	Valid
	X2.3	0,553	0.195	Valid
	X2.4	0,330	0.195	Valid
	X2.5	0,622	0.195	Valid
	X2.6	0,680	0.195	Valid
	X2.7	0,743	0.195	Valid
	X2.8	0,725	0.195	Valid
	X2.9	0,567	0.195	Valid
	X2.10	0,723	0.195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada variabel Fasilitas pada tabel 4.14 terdiri dari 10 item pernyataan, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0.195 maka dinyatakan valid.

c) Hasil Uji Validitas Norma Subjektif (X_3)

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Norma Subjektif (X_3)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Norma Subjektif (X_3)	X3.1	0,622	0.195	Valid
	X3.2	0,708	0.195	Valid
	X3.3	0,704	0.195	Valid
	X3.4	0,760	0.195	Valid
	X3.5	0,619	0.195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada variabel Norma Subjektif pada tabel 4.15 terdiri dari 5 item pernyataan, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0.195 maka dapat dinyatakan valid.

d) Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1	0,642	0.195	Valid
	Y2	0,603	0.195	Valid
	Y3	0,728	0.195	Valid
	Y4	0,767	0.195	Valid
	Y5	0,652	0.195	Valid
	Y6	0,407	0.195	Valid
	Y7	0,612	0.195	Valid
	Y8	0,673	0.195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada variabel Keputusan Berkunjung pada tabel 4.16 terdiri dari 8 item pernyataan, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang bernilai 0.195 maka dapat dinyatakan valid.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi kuesioner yang digunakan oleh peneliti, sehingga kuesioner tersebut dapat digunakan, walaupun penelitian berulang kali dengan kuesioner yang sama dengan waktu yang berbeda. Untuk menghitung reliabilitas mengenakan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,60$. Berikut tabel hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Conbrach's Alpha Standart	Ket
1.	Citra Destinasi (X_1)	5 item	0,658	0,60	Reliabel
2.	Fasilitas (X_2)	10 item	0,784	0,60	Reliabel
3.	Norma Subjektif (X_3)	5 item	0,713	0,60	Reliabel
4.	Keputusan Berkunjung (Y)	8 item	0,777	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.17 membuktikan bahwa nilai Cronbach Alpha dari variabel Citra Destinasi, Fasilitas, Norma Subjektif, dan Keputusan Berkunjung lebih dari 0,60. Hal ini dapat diartikan bahwa masing-masing item pernyataan mampu memperoleh data yang konsisten dan handal dan dapat dikatakan reliabel. Jika pernyataan tersebut diajukan lagi maka akan mendapat jawaban yang relatif sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas sebagai syarat analisis parametrik, jika berdistribusi normal maka dapat dilakukan uji regresi. Uji normalitas menggunakan metode Uji Kolmogorov-Smirnov, yang bertujuan untuk mengetahui data residual berdistribusi normal atau tidak. Dengan tingkat 5% atau 0,05, apabila hasil Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05

maka dapat dikatakan variabel berdistribusi normal. Dan jika kurang dari 0,05 dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal. Maka dijelaskan pada tabel 4.18 :

Tabel 4.17

**Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

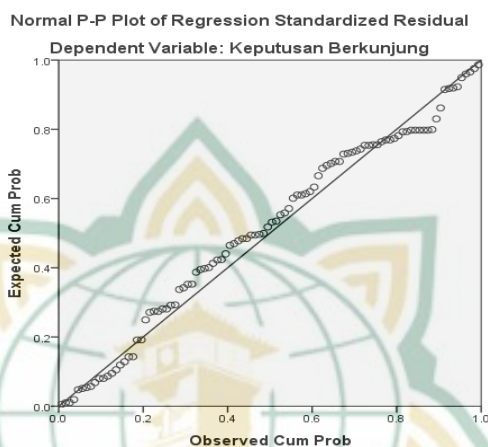
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.81451011
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.070
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 ^c

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

Nilai sig pada uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dalam tabel 4.18 untuk Citra Destinasi, Fasilitas, Norma Subjektif, dan Keputusan Berkunjung menunjukkan nilai sig. > 0,05, ditinjau dari kolom Asymp. Sig. (2-tailed) dengan nilai 0,058 > 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Uji normalitas dapat juga dilakukan dengan pengujian p-plot yaitu dibuktikan dengan titik-titik menyebar di dekat garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dinyatakan data tersebut berdistribusi normal. Seperti tergambar pada tabel 4.19 dibawah ini :

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas
Normal P-P Plot dengan Variabel Terikat Keputusan
Berkunjung



Pada gambar 4.1 normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* membuktikan bahwa titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal, yang berarti sudah memenuhi syarat asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat gejala multikolinieritas atau tidak dengan melihat nilai *VIF (Varian Inflation Factor)* dan tolerance dengan ketentuan nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas ditunjukkan dalam tabel 4.19 :

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.175	3.211	-.677	.500			
Citra Destinasi	.365	.202	.165	1.802	.075	.491	2.037
Fasilitas	.230	.086	.239	2.680	.009	.519	1.925
Norma Subjektif	.766	.141	.479	5.440	.000	.532	1.879

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

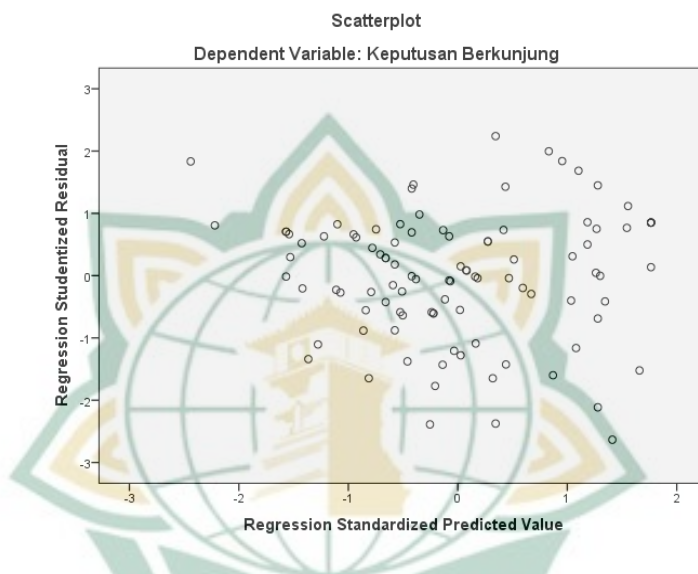
Dari tabel 4.19 nilai VIF variabel Citra Destinasi = 2,037 < 10 dan tolerance 0,491 > 0,1, nilai VIF variabel Fasilitas = 1,925 < 10 dan nilai tolerance 0,519 > 0,1, dan pada hasil VIF variabel Norma Subjektif = 1,879 < 10 dan nilai tolerance 0,532 > 0,1. Sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen pada penelitian ini.

1) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji ini ditampilkan pada grafik scatterplot dan dibuktikan dengan titik-titik yang menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat diambil kesimpulan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model

regresi. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas yang ditampilkan dalam gambar 4.2 :

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar 4.2 scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk sebuah pola. Hal tersebut dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut karena gambar tidak membentuk pola.

c. Hasil Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel independent (X) hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y). Berikut dijelaskan pada table 4.20 :

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.591	2.85815

a. Predictors: (Constant), Norma subjektif, Fasilitas, Citra destinasi

Berdasarkan pada tabel 4.20 dapat diketahui bahwa R Square memiliki nilai 0,604, artinya variabel Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat Keputusan Berkunjung sebesar 60,4%. Sehingga sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

1) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan ketentuan, jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dan jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut :

Tabel 4.20
Hasil Uji F
ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1194.765	3	398.255	48.752	.000 ^b
	Residual	784.225	96	8.169		
	Total	1978.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Norma subjektif, Fasilitas, Citra destinasi

Dari hasil uji F diketahui dari F_{hitung} adalah 48,752 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang dapat diketahui 0,05 (menggunakan taraf signifikansi 5%). Sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 (dari perhitungan $F = (k ; n-k) = F (2 ; 10)$). Hal ini berarti bahwa F_{hitung} sebesar 48,752 yang menunjukkan lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70. Jadi dapat disimpulkan Citra Destinasi (X_1), Fasilitas (X_2), dan Norma Subjektif (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau tingkat signifikansi F lebih kecil dari nilai α dengan kata lain terdapat pengaruh secara bersama-sama antara Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok.

2) Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria pengujian, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan dan sebaliknya bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen. Dimana untuk menentukan t_{tabel} dicari terlebih dahulu df (derajat kebebasan) = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel X dan Y) = $100 - 4 = 96$ dengan $\alpha = 5\%$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98498. Berikut hasil uji t dijelaskan pada tabel 4.22 :

Tabel 4.21
Hasil Uji t
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.175	3.211		-.677	.500
	Citra destinasi	.365	.202	.165	1.802	.075
	Fasilitas	.230	.086	.239	2.680	.009
	Norma subjektif	.766	.141	.479	5.440	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Pada tabel 4.22 menunjukkan hasil uji t yang diuraikan sebagai berikut :

a. Hipotesis pertama : Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

Hasil uji t dalam variabel Citra Destinasi (X_1) didapat t_{hitung} sebesar 1,802 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98498 dan signifikan sebesar $0,075 > 0,05$. Dapat diambil kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel Citra Destinasi tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian **ditolak**.

b. Hipotesis kedua : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

Hasil uji t dalam variabel Fasilitas (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,680 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98498 dan signifikan sebesar $0,009 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang

berarti variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian **diterima**.

- c. Hipotesis ketiga : Norma Subjektif berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

Dari hasil uji t pada variabel Norma Subjektif (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 5,440 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98498 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Norma Subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian **diterima**.

3) Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Berikut hasil uji Regresi Linier Berganda dijelaskan pada tabel 4.23 :

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.175	3.211		-.677	.500
	Citra destinasi	.365	.202	.165	1.802	.075
	Fasilitas	.230	.086	.239	2.680	.009
	Norma subjektif	.766	.141	.479	5.440	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Seperti halnya pada tabel 4.23 diperoleh hasil pengolahan persamaan regresi linier berganda pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora menggunakan program SPSS versi 22 berikut :

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

$$Y = -2,175 + 0,365 X_1 + 0,230 X_2 + 0,766 X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda, maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Konstanta atau α bernilai negatif sebesar -2,175 menunjukkan bahwa jika variabel Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif dan konstanta atau $X = 0$, maka Keputusan Berkunjung sebesar -2,175 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi pada variabel Citra Destinasi (X_1) sebesar 0,365, berarti apabila variabel Citra Destinasi (X_1) terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,365 atau dapat diartikan jika semakin tinggi Citra Destinasi suatu wisata maka Keputusan

Berkunjung seseorang akan semakin meningkat dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah konstan (tetap).

- c. Nilai koefisien regresi pada variabel Fasilitas (X_2) sebesar 0,230, berarti apabila variabel Fasilitas (X_2) terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,230 atau dapat diartikan jika semakin tinggi Fasilitas suatu wisata maka Keputusan Berkunjung seseorang akan semakin meningkat dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah konstan (tetap).
- d. Nilai koefisien regresi pada variabel Norma Subjektif (X_3) sebesar 0,766, berarti apabila variabel Norma Subjektif (X_3) terjadi kenaikan sebanyak satu satuan maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,766 atau dapat diartikan jika semakin tinggi Norma Subjektif suatu wisata maka Keputusan Berkunjung seseorang akan semakin meningkat dengan asumsi variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah konstan (tetap).

B. Pembahasan

1. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora

Sebuah citra dari destinasi wisata meliputi keunikannya, kualitas suatu kunjungan, tingkat pelayanan, keindahan alam, serta keramahtamahan penduduk⁵. Keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan tiap individu yaitu dari pengetahuan mengenai obyek wisata, kesan serta tindakan berdasarkan pengalaman pada tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang telah dikunjungi. Kunjungan yang menyenangkan dapat

⁵ Fauziah Eddyono, *Pengelolaan Destinasi Pariwisata Edisi Pertama* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2021), 93.

mempengaruhi tindakan seorang wisatawan selanjutnya. Setelah melakukan perjalanan, citra destinasi menjadi hal penting karena akan mempengaruhi kepuasan dan membentuk keputusan berkunjung kembali di masa depan. Oleh karena itu, citra suatu destinasi bisa mempengaruhi perilaku wisatawan dalam hal mengambil keputusan untuk berkunjung.

Variabel citra destinasi memiliki beberapa indikator yaitu pengetahuan pengunjung tentang destinasi wisata, ketertarikan pengunjung terhadap lokasi obyek wisata, dan kesan dari perilaku yang timbul di lingkungan wisata. Pada variabel ini, indikator pengetahuan pengunjung tentang destinasi wisata merupakan indikator yang memberikan pengaruh paling lemah, hal tersebut dibuktikan dengan nilai rata-rata yang didapat pada hasil kuesioner yang menunjukkan indikator tersebut pada urutan terendah dengan nilai 4,2. Pengetahuan pengunjung mengenai destinasi wisata yang dikunjungi ini biasanya berasal dari lingkungan alam obyek wisata, fasilitas, aksesibilitas, maupun substruktur pariwisata. Didalam kuesioner dicantumkan pernyataan mengenai pengetahuan pengunjung terhadap destinasi wisata melalui fasilitas pendukung di Makam Sunan Pojok.

Menurut responden, pengetahuan mereka tentang destinasi wisata melalui fasilitas pendukung cenderung minim, karena mereka belum memahami betul apa itu konsep Syariah yang berada di area wisata religi Makam Sunan Pojok. Seperti fasilitas tempat shalat atau mushola yang memisahkan antara pria dan wanita, toilet atau kamar mandi untuk berwudhu, terdapat informasi waktu solat, disekitar wisata menyediakan makanan halal, atau tempat yang memisahkan antara pria dan wanita pada saat kunjungan. Hal tersebut merupakan fasilitas pendukung wisata dengan konsep Syariah.

Banyak pengunjung yang belum mengerti akan hal ini, bagi mereka wisata religi Makam Sunan Pojok sudah memenuhi konsep Syariah karena di area wisata tersebut sudah terdapat tempat wudhu dan tempat ibadah. Aula yang difungsikan sebagai tempat solat menjadi ketidaknyamanan orang dalam beribadah serta tempat

ibadah antara laki-laki dan perempuan tidak ramah terhadap perempuan dan anak, karena tidak di desain tertutup sehingga tidak dapat menjaga kenyamanan perempuan dan anak. Sehingga dapat dikatakan tempat ibadah di Makam Sunan Pojok belum memenuhi konsep Syariah.

Maka disarankan untuk diberikan fasilitas pendukung mushola yang memisahkan antara laki-laki dan perempuan sehingga menjaga kenyamanan saat beribadah guna memenuhi konsep syariah pada obyek wisata dengan menambah wawasan atau pengetahuan pengunjung tentang konsep syariah melalui fasilitas pendukung pada obyek wisata.

Dalam penelitian ini, variabel citra destinasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang dilakukan dengan program *IBM SPSS Statistic 22* dapat diketahui bahwa variabel citra destinasi t_{hitung} menunjukkan sebesar 1,802 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,98498 dan nilai signifikansinya 0,075 lebih besar dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi linier variabel citra destinasi adalah 0,365. Maka dari itu, variabel Citra Destinasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yurdianti yang menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan yaitu semakin rendah dimensi dari variabel citra destinasi, maka tidak akan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata di Pantai Gondariah. Dari penjelasan tersebut, jadi dapat disimpulkan bahwa Citra Destinasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok. Hipotesis pertama ditolak.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora

Fasilitas menjadi salah satu faktor utama seseorang dalam memutuskan untuk melakukan kunjungan di suatu destinasi wisata. Fasilitas menjadi penunjang atau

pendukung aktivitas wisatawan yang berkunjung di obyek wisata. Jika fasilitas di obyek wisata itu memadai, wisatawan akan merasa puas karena kebutuhannya selama mengunjungi wisata terpenuhi. Sehingga kondisi fasilitas, kelengkapan, serta kebersihan fasilitas wisata menjadi suatu hal yang sangat penting dalam sebuah usaha jasa khususnya di bidang pariwisata, maka harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung⁶.

Variabel fasilitas memiliki beberapa indikator, diantaranya jarak atau akses lokasi yang ditempuh dalam obyek wisata, letak bangunan dalam destinasi wisata, ketersediaan perlengkapan yang menunjang kenyamanan pengunjung suatu obyek wisata, pemberian warna untuk pencahayaan ruangan yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung, ketersediaan petunjuk dan papan informasi di lokasi wisata, ketersediaan fasilitas penunjang guna kenyamanan pengunjung destinasi wisata. Pada variabel ini, indikator jarak atau akses lokasi yang ditempuh dalam obyek wisata adalah indikator yang memberikan pengaruh paling kuat, hal ini dikuatkan dengan nilai rata-rata yang didapat pada hasil kuesioner yang menunjukkan indikator tersebut pada urutan tertinggi dengan nilai 4,65. Rifa'i Faizin dan Siti Khoiriyah memberikan nilai 5 pada indikator jarak atau akses lokasi yang ditempuh dalam obyek wisata, menurut mereka lokasi yang mudah dijangkau saat menuju lokasi wisata menjadi pertimbangan bagi seseorang yang memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata. Namun berbeda dengan M Ali Anwar yang memberikan nilai 2 pada indikator ini, menurutnya jarak lokasi dengan tempat tinggal tidak begitu penting, karena disaat seseorang ingin melakukan kunjungan berapapun jarak dan bagaimanapun akses jalannya akan ditempuh agar segera sampai ke tempat yang sedang dituju.

⁶ Imam Ardiansyah, "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling" *Jurnal Media Bina Ilmiah* 14, No. 3 (2019): 2238.

Destinasi wisata yang mempunyai fasilitas sangat baik maka akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan kunjungan wisata. Ketersediaan fasilitas wisata sebagai penunjang dan pendukung menjadikan keberhasilan obyek wisata dalam menarik wisatawan. Salah satunya jarak dan akses yang ditempuh dalam obyek wisata menjadi pertimbangan seseorang dalam mengunjungi destinasi wisata, terutama lokasi yang mudah dijangkau oleh wisatawan. Lokasi wisata yang susah ditemukan atau akses yang ditempuh sangat sulit menjadikan seseorang untuk mengurungkan niatnya dalam berkunjung. Lokasi Makam Sunan Pojok sangat strategis sehingga dapat dijangkau oleh semua orang. Letaknya yang berada di tengah-tengah kota dan berada di dekat alun-alun kota Blora menjadi sangat tidak asing bagi orang yang sudah pernah melewati jalanan kota Blora.

Namun lorong menuju area makam cukup sempit karena digunakan parkir motor pengunjung. Jika wisatawan yang berdatangan sangat banyak, hal tersebut dapat menghambat kelancaran area makam karena lorong yang sempit. Apalagi lorong tersebut juga merupakan akses jalan masyarakat di sekitar Makam Sunan Pojok. Maka dari itu, perlu dilakukan pelebaran lorong supaya jalan masuk menuju makam menjadi lebih luas dan nyaman bagi pengunjung.

Dalam penelitian ini, variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Hal ini telah dikuatkan dengan hasil pengujian yang dilakukan dengan program *IBM SPSS Statistic 22* dapat diketahui bahwa variabel fasilitas t_{hitung} menunjukkan 2,680 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98498 dan nilai signifikansinya 0,009 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi linier variabel fasilitas adalah 0,230. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa variabel Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Berdasarkan hasil kuesioner dengan 10 item pernyataan mengenai fasilitas menjelaskan mayoritas responden menjawab setuju pada variabel fasilitas. Hal ini berarti menunjukkan bahwa keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora yang tinggi di dukung adanya

fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dan dapat memberikan kenyamanan wisatawan yang sedang berkunjung. Fakta dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah faktor yang tidak dapat dipisahkan dari keputusan berkunjung wisatawan, karena fasilitas juga sebagai alat untuk membedakan dan sebagai ciri khas wisata yang satu dengan yang lainnya. Salah satu hal yang terpenting dalam pengembangan pariwisata adalah melalui fasilitas.

Penelitian ini sejalan dengan pengujian yang dilakukan oleh Ratna Suryani dan M. Wahyu yang menyatakan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara. Sehingga hal ini membuktikan bahwa semakin baik fasilitas di suatu destinasi wisata maka keputusan berkunjung wisatawan akan semakin tinggi. Dari penjelasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok. Hipotesis kedua diterima.

3. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora

Norma subjektif dapat diartikan sebagai kepercayaan atau motivasi seseorang dalam melakukan tindakan atau perilaku yang termasuk di dalam keputusan berkunjung. Sikap seseorang terhadap suatu tindakan dapat dipengaruhi lingkungannya. Ketergantungan tersebut akan membentuk keyakinan dan keinginan sehingga terbentuk keputusan seseorang untuk berkunjung. Karena norma subjektif merupakan fungsi keyakinan individu berdasarkan pandangan orang lain tentang objek sikap yang berkaitan dengan individu (*normative belief*)⁷.

⁷ IBN Udayana dan Danang Ramadhan, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use , Dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Melalui Attitude Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gudang Digital Online Yogyakarta),” *Jurnal EBBANK* 10, No. 2 (2019): 41–48.

Indikator norma subjektif pada penelitian ini adalah keyakinan dari wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata dan motivasi seseorang dalam mengunjungi obyek wisata. Pada variabel ini, indikator motivasi seseorang dalam mengunjungi obyek wisata yang paling mempunyai pengaruh kuat, hal tersebut dapat ditinjau dari perolehan nilai rata-rata pada hasil kuesioner, yang menunjukkan indikator tersebut pada urutan tertinggi dengan nilai 4,41. Siti Hidayat dan Sukir memberikan nilai 4 pada indikator motivasi wisatawan, menurut mereka dorongan dari dalam diri ataupun saran dari orang lain dapat mempengaruhi seseorang untuk berkunjung ke destinasi wisata. Berbeda dengan Laila Fitriana dan Siti Cholifah yang memberikan nilai 2 pada indikator motivasi wisatawan, menurutnya dorongan maupun saran dari orang lain tidak begitu penting karena dia memutuskan untuk berkunjung karena keyakinan yang tertanam dalam diri sejak dahulu.

Wisatawan yang datang di Makam Sunan Pojok dipengaruhi oleh faktor motivasi atau dorongan. Motivasi ini merupakan tujuan kedatangan wisatawan. Responden memutuskan untuk melakukan kunjungan saat mereka mempunyai motivasi. Wisatawan yang datang di Makam Sunan Pojok tidaklah semua memiliki motivasi kunjungan yang sama. Pengunjung yang datang di Makam Sunan Pojok sebagian besar yaitu untuk berziarah dan melakukan perjalanan wisatanya untuk meningkatkan spiritualitasnya. Motivasi wisatawan itu terbentuk dari lingkungan sekitarnya; seperti keluarga, tetangga atau dari teman sejawatnya. Seseorang akan cenderung mengikuti perilaku dari orang yang pernah melakukan kunjungan sebelumnya. Jadi, wisatawan akan memutuskan untuk berkunjung setelah mendapat informasi dan pengalaman perjalanan sebelumnya yang pernah dilakukan oleh orang yang pernah berkunjung. Berasal dari cerita teman atau keluarganya yang merasa puas dengan kunjungan di Makam Sunan Pojok, seseorang akan terdorong melakukan kunjungan di tempat yang sama.

Pengaruh kelompok sosial bermula dari interaksi sehari-hari termasuk berbagi informasi wisata religi

seputar Makam Sunan Pojok kepada keluarga, tetangga, atau teman. Bagi orang yang belum pernah datang akan tertarik untuk datang dan melihat secara langsung obyek wisata religi tersebut. Disisi lain juga merupakan bagian dari paguyuban, artinya apabila orang lain dari sekitar sudah mengunjungi wisata religi Makam Sunan Pojok, bagi yang belum datang akan segera menuju ke tempat wisata tersebut agar nantinya tidak tertinggal dengan orang-orang disekitarnya yang pernah mengunjungi. Maka dari sinilah norma subyektif dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Makam Sunan Pojok. Motif ini menjadi pendorong seseorang untuk berkunjung karena mereka melakukan ziarah terutama di makam-makam keramat seperti Makam Sunan Pojok merupakan tradisi keagamaan yang harus dilestarikan. Mereka merasa bahwa makam Mbah Pojok layak untuk dijadikan destinasi wisata religi karena jasa semasa hidupnya.

Wisatawan yang sudah pernah berkunjung di Makam Sunan Pojok diharapkan merekomendasikan hasil kunjungannya kepada masyarakat di sekitarnya; seperti teman, tetangga atau keluarganya bahwa wisata religi Makam Sunan Pojok mempunyai kelebihan dari segi fasilitas atau lainnya.

Dalam penelitian ini, variabel norma subjektif berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Hal ini telah dikuatkan dengan hasil pengujian yang dilakukan dengan program *IBM SPSS Statistic 22* dapat diketahui bahwa variabel norma subjektif t_{hitung} menunjukkan 5,440 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98498 dan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien regresi linier variabel norma subjektif adalah 0,766. Dari penjelasan tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa Norma Subjektif berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok. Hipotesis ketiga diterima.

Hasil pengujian ini merupakan penelitian pertama yang melakukan pengujian variabel norma subjektif terhadap keputusan berkunjung. Sehingga belum terdapat peneliti terdahulu yang melakukan penelitian ini.

4. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora

Keputusan untuk mengunjungi seseorang di suatu obyek wisata berkaitan dengan perilaku konsumen, oleh karena itu, perilaku konsumen merupakan faktor penting dalam dunia pariwisata. Keputusan berkunjung sebagai proses dimana pengunjung mengevaluasi berdasarkan beberapa pertimbangan dan memilih opsi yang mereka butuhkan⁸, dan dari pertimbangan-pertimbangan tersebut yang dijadikan sebagai tindakan yang dilakukan sebelum melakukan perjalanan wisata. Citra destinasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Citra destinasi yaitu keputusan perjalanan yang dibuat oleh orang dalam bentuk pengetahuan, perasaan (kesan) dan tindakan⁹. Sehingga citra positif yang diperoleh dari pengalaman perjalanan akan menghasilkan evaluasi yang positif juga terhadap suatu destinasi, karena citra destinasi dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.

Dalam melakukan keputusan berkunjung, fasilitas menjadi salah satu faktor penting. Karena fasilitas ini merupakan sarana yang tersedia dalam suatu destinasi wisata guna memenuhi kebutuhan wisatawan¹⁰. Wisatawan merasa puas dengan perjalanannya ketika terpenuhi kebutuhannya selama berada di obyek wisata. Fasilitas yang bagus dan lengkap menunjukkan kualitas citra destinasi di obyek wisata tersebut, sehingga fasilitas

⁸ F. Aprilia, "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Tempat Wisata Jawa Timur Park 2 Kota Batu)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 24, No. 1 (2015), 3

⁹ Setyo Ferry Wibowo, Adnan Sazali, dan Agung Kresnamurti R. P., "The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village." *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 7, No. 1 (2016): 36-56.

¹⁰ Marsono, dkk, *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, Dan Sosial-Budaya* (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2016), 16.

menjadi hal yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang.

Dalam keputusan berkunjung, motivasi dan keyakinan seseorang terhadap destinasi wisata juga menjadi hal yang sangat penting. Karena seseorang akan melakukan perjalanan wisata jika dirinya mempunyai dorongan dari orang lain. Motivasi dan keyakinan ini terbentuk dalam norma subjektif, karena suatu pemikiran bisa mempengaruhi tindakan seseorang, yang mana pemikiran tersebut bergantung pada pemikiran dan persetujuan orang disekitarnya¹¹. Sikap orang lain terhadap perilaku cenderung dipengaruhi oleh pendapat dan saran yang mereka terima dari orang lain dalam lingkungan sosial orang tersebut. Ketergantungan keduanya kemudian akan membentuk keyakinan dan keinginan sehingga terbentuk keputusan berkunjung wisatawan.

Di dalam penelitian ini, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Hal ini dibuktikan melalui pengujian yang diperoleh F_{hitung} sebesar 48,752. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} $48,752 > F_{tabel}$ 2,70 dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung secara simultan.

Citra destinasi merupakan keputusan perjalanan yang dibuat oleh orang dalam bentuk pengetahuan, perasaan (kesan) dan tindakan. Dalam hal wisata, citra tempat menjadi hal yang diperbandingkan dalam melakukan perjalanan wisata. Ketika memutuskan untuk pergi ke suatu destinasi wisata, citra suatu tempat mempengaruhi wisatawan. Citra suatu tempat juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kunjungan destinasi wisata. Citra destinasi wisata yang baik dapat mendorong lebih banyak wisatawan kembali ke destinasi

¹¹ LeonardoTan dan Keni, "Prediksi E-Wom Dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention: Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 2, No. 3 (2020): 767.

wisata tersebut. Citra mempunyai keterkaitan yang kuat ketika keyakinan dan gambaran seseorang telah terbentuk maka selanjutnya mereka akan menentukan tindakan berdasarkan keyakinan terhadap suatu destinasi.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk tempat wisata adalah fasilitas, karena fasilitas menjadi penunjang kemajuan jumlah serta nilai wisatawan. Jika kelengkapan fasilitas memadai makin banyak wisatawan yang melakukan kunjungan kembali karena merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya dalam obyek wisata tersebut. Ketersediaan fasilitas wisata merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pengembangan suatu daerah sebagai daya tarik wisata. Tanpa fasilitas penunjang wisata yang memadai, pengembangan daerah tersebut tidak dapat dilaksanakan. Fasilitas disini mencakup sarana prasarana yang menunjang dan mendukung objek wisata. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh obyek wisata tersebut tercermin dari kepuasan wisatawan yang menerima pelayanan tersebut, salah satunya adalah pelayanan fasilitas yang baik. Oleh karena itu, perlu ditetapkan standar pariwisata yang baik agar penyedia fasilitas dapat menentukan jenis dan kualitas yang akan disediakan.

Norma subjektif mencerminkan persepsi konsumen tentang apa yang orang lain ingin agar mereka lakukan. Sikap orang terhadap perilaku cenderung dipengaruhi oleh pendapat dan saran yang mereka terima dari orang lain dalam lingkungan sosial orang tersebut. Ketergantungan antara keduanya kemudian akan membentuk keyakinan dan keinginan sehingga terbentuk keputusan berkunjung seorang wisatawan. Keyakinan ini berkaitan dengan harapan orang atau kelompok yang mempengaruhi setiap orang, seperti orang tua, teman, kerabat, rekan kerja dan lain-lain yang bergantung pada lingkungannya. Maka dari itu norma subjektif merupakan salah satu komponen penting dalam mengevaluasi keputusan berkunjung wisatawan.

Sehingga dalam penelitian ini apabila variabel independen yaitu citra destinasi (X1), fasilitas (X2), dan norma subjektif (X3) disatukan, maka secara simultan

ketiganya dapat mempengaruhi keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

