

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AMENITAS, DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MUSLIM
KE MASJID GEDHE MATARAM YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh :

Faradillah Inayah Balqis
19102040037

Pembimbing :

Drs. Mokhammad Nazili, M. Pd.
NIP 19630210 199103 1 002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1073/Un.02/DD/PP.00.9/07/2023

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AMENITAS, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MUSLIM KE MASJID GEDHE MATARAM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FARADILLAH INAYAH BALQIS
Nomor Induk Mahasiswa : 19102040037
Telah diujikan pada : Kamis, 08 Juni 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64a4e9dbu6912



Penguji I
Dr. Hikmah Endraswati, S.E.,M.Si.
SIGNED

Valid ID: 649a5a873b43e



Penguji II
Dr. Andy Dermawan, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 649d110c2853d



Yogyakarta, 08 Juni 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64a6347072257

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FALKUTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Faradillah Inayah Balqis
NIM : 19102040037
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu Program Studi Manajemen Dakwah.


Dengan demikian kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.


Yogyakarta, 05 Juni 2023

Menyetujui,

Ketua Program Studi MD


H. M. Toriq Nurmadiansyah, M.Si
NIP 19690227 2000312 001

Dosen Pembimbing


Drs. Mokhammad Nazli, M.Pd
NIP 19630210 199103 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faradillah Inayah Balqis

NIM : 19102040037

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AMENITAS, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MUSLIM KE MASJID GEDHE MATARAM YOGYAKARTA

adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 05 Juni 2023

Yang menyatakan,



Faradillah Inayah Balqis

19102040037

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater tercinta

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

”Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka, jelajhilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”(QS. Al-Mulk:15)¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Al-Qur'an, 67: 15. Semua terjemah ayat al-Qur'an di skripsi ini diambil dari Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Bandung, CV Mikraj Khazanah Ilmu, 2013).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.

Penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir yang ditujukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial (S. Sos) di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta”**.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari pihak pembimbing, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M.A selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak H. M. Thoriq Nurmadiansyah, M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah.
4. Bapak Muhammad Irfa'I Muslim S. Pd., M. Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah

5. Ibu DR. Hikmah Endraswati, S.E., M.SI selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi selama perkuliahan.
6. Bapak Mokhammad Nazili, M. Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dalam memberikan arahan selama pelaksanaan skripsi dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.
7. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan bekal ilmunya terhadap peneliti selama di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Keluarga tersayang yaitu Ibu Asmaul Khusnah, Bapak Hariyanto yang telah merawat, mendidik, serta senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik secara moral maupun materil.
9. Adik tersayang, Rifqotuz Zuhroh senantiasa memberikan do'a dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman terdekat Inez, Shofi, Nuri, Azizah, Ngafifah, Maimunah, Matul, Mutiara, Indah dan Rima yang selalu mensupport dan senantiasa memberikan bantuan, dukungan, semangat serta memberikan senyuman dan kekuatan untuk tetap bertahan sampai saat ini.
11. Teman-teman santri pondok JPPI Minhajul Muslim Yogyakarta yang memberikan banyak ilmu dan pengalaman.
12. Teman-teman Manajemen Dakwah angkatan 2019 yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan akademik dengan baik.
13. Teman-teman KKN 108 Candiwati yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.

14. Teman-teman Ikatan Mahasiswa Alumni Darul Ulum (IMADU), Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU UIN Sunan Kalijaga), dan Korp Dakwah Islamiyyah UIN Sunan Kalijaga (Kordiska) yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
15. Pengurus Ta'mir Masjid Gedhe Mataram: Bapak Warisman dan Bapak Riyadi yang telah memberikan informasi sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
16. Seluruh responden penelitian yang telah mengisi kuesioner dan membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan. Do'a dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, serta semoga penelitian ini bisa bermanfaat untuk pembaca dan penulis. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 02 Juni 2023

Penulis

ABSTRAK

Faradillah Inayah Balqis, NIM 19102040037, 2023. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang menjadi kunjungan banyak wisatawan. Sebagai kota budaya, Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai beragam potensi budaya baik yang bersifat positif maupun non fisik. Saat ini, wisata religi menjadi salah satu *trend* wisata di Indonesia. Islam sebagai agama mayoritas menjadikan tradisi ziarah makam menjadi faktor pendukung wisata religi. Salah satu wisata religi sekaligus wisata budaya di DI Yogyakarta yang sampai hari ini masih sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Masjid Gedhe Mataram. Masjid Gedhe Mataram merupakan salah satu peninggalan kerajaan Mataram Islam yang juga menjadi masjid tertua di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian data adalah menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat analisis regresi berganda dengan minat berkunjung sebagai variabel dependen dan tiga variabel independen yaitu daya tarik wisata (X_1), amenitas (X_2), dan aksesibilitas (X_3). Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden wisatawan yang sedang maupun pernah berkunjung ke Masjid Gedhe Mataram. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang diolah dengan bantuan software IBM SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh hasil R^2 dimana variabel independen memberikan sumbangan sebesar 31,6% dan sisanya 68,4% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70 maka F_{hitung} 14,758 > F_{tabel} 2,70 sehingga dapat disimpulkan tiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung ke Masjid Gedhe Mataram. Adapun secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel daya tarik wisata sebesar 4,838, amenitas (-418), dan aksesibilitas 0,751 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Dapat diketahui bahwa daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Masjid Gedhe Mataram. Sedangkan amenitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Masjid Gedhe Mataram.

Kata kunci : wisata religi, Masjid Gedhe Mataram, minat berkunjung

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	18
F. Hipotesis.....	31
G. Sistematika Pembahasan	41
BAB II METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Analisis Penelitian.....	44
B. Kerangka Konseptual	46
C. Definisi Konseptual.....	47
D. Definisi Operasional.....	48
E. Populasi dan Sampel	51
F. Instrumen Penelitian.....	53
G. Teknik Pengumpulan Data.....	54
H. Validitas dan Reliabilitas	56
I. Analisis Data	58

BAB III GAMBARAN UMUM.....	65
A. Profil Masjid Gedhe Mataram.....	65
B. Visi dan Misi Masjid Gedhe Mataram	69
C. Sejarah dan Filosofi Masjid Gedhe Mataram	69
D. Struktur Kepengurusan Masjid Gedhe Mataram.....	77
E. Masjid Gedhe Mataram tahun 2023.....	78
BAB IV PEMBAHASAN.....	82
A. Gambaran Umum Responden	82
B. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	85
C. Uji Asumsi Klasik.....	89
D. Regresi linier berganda	93
E. Uji Hipotesis	95
F. Pembahasan.....	100
BAB V PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Keterbatasan Penelitian.....	107
C. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Komplek Masjid Gede Mataram tahun 2021	3
Tabel 2.1 Skor Skala Likert	54
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	82
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	83
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	83
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	84
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan asal kedatangan.....	84
Tabel 4.6 Uji Validitas variabel Daya Tarik Wisata	86
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Amenitas	86
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Aksesibilitas.....	87
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung	87
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	90
Tabel 4.12 Uji Linieritas	90
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	91
Tabel 4.14 Uji Analisis Regresi Berganda.....	94
Tabel 4.15 Uji F Simultan.....	96
Tabel 4.16 Uji t parsial.....	97
Tabel 4.17 Uji koefisien determinan.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang dikenal dengan sebutan kota perjuangan, pusat pendidikan dan kota budaya. DI Yogyakarta juga menjadi salah satu dari banyaknya destinasi wisata Indonesia yang paling banyak dikunjungi baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kunjungan wisatawan luar Daerah Istimewa Yogyakarta setiap harinya.

Sebagai kota budaya, Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai beragam potensi budaya, baik yang bersifat fisik maupun yang bersifat non fisik. Potensi budaya yang bersifat fisik antara lain kawasan cagar budaya dan benda cagar budaya, sedangkan potensi budaya yang non fisik dapat berupa sistem nilai atau norma, sistem sosial dan perilaku sosial yang ada dalam masyarakat.² Ada sekitar 38 museum yang aktif di Yogyakarta. Oleh karena itu, Yogyakarta menjadi salah satu dari Destinasi Super Prioritas (DSP) di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya dan ekonomi kreatif.³

Destinasi Super Prioritas atau DSP merupakan destinasi yang dikembangkan oleh pemerintah karena dianggap memiliki potensi, keunikan dan daya tarik wisata

² Atun Yulianto, “Analisis Objek Daya Tarik Wisata Favorit Berdasarkan Jumlah Pengunjung di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Media Wisata*, vol. 15: 2 (November, 2017), hlm. 555.

³ <https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/> diakses pada 27/12/2022 pukul 00.22

yang besar. Pembangunan DSP ini dilakukan meliputi pengembangan infrastruktur aksesibilitas, amenitas, hingga jaringan telekomunikasi. Termasuk pula pengembangan produk wisata, perbaikan ekosistem ekonomi kreatif, hingga persiapan sumber daya manusia (SDM) di setiap lokasi.⁴

Saat ini tren pada dunia pariwisata, terdapat perubahan motivasi dan pola konsumsi wisatawan (*customer behavior pattern*) yang pada awalnya hanya terfokus pada 3S yaitu *sun, sea, and sand* beralih menjadi *serenity, sustainability, and spirituality*. Hal ini menunjukkan bahwa motif perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan kini tidak hanya untuk mencari udara segar dan menikmati keindahan alam. Akan tetapi para wisatawan juga mencari ketenangan diri, keberlanjutan dan juga spiritualitas.⁵ Evolusi ide ini diinisiasi oleh jurnalis dan pemantau industri wisata dunia, Imtiaz Muqbil, yang melihat implikasi konkrit terkait kondisi pengunjung lokasi wisata saat ini. Turis lebih cenderung ingin mencari ketenangan hati, semangat keberlanjutan dan aspek spiritualitas di dalam proses bermain dan relaksasi di tempat wisata.⁶

Akhir-akhir ini wisata religi menjadi salah satu *trend* wisata di Indonesia. Islam sebagai agama mayoritas menjadikan tradisi ziarah makam menjadi faktor

⁴ <https://info5dsp.kemendparekraf.go.id/> diakses pada 27/12/2022 pukul 00.22

⁵ Gabriele Lailatul Muharromah, “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol. 3: 2 (2020), hlm. 153.

⁶ Aun Falestien Falatehan, “Serenity, Sustainability dan Spirituality dalam Industri Manajemen Wisata Religi”, *Jurnal Pariwisata*, vol. 6: 1 (April, 2019), hlm. 17.

pendukung wisata religi. Salah satu wisata religi sekaligus wisata budaya di DI Yogyakarta yang sampai hari ini masih sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Masjid Gedhe Mataram. Masjid Gedhe Mataram merupakan salah satu peninggalan kerajaan Mataram Islam yang juga menjadi masjid tertua di Yogyakarta. Masjid Gedhe Mataram menjadi salah satu Cagar Budaya yang dilindungi oleh pemerintah. Meskipun sudah berumur 4 abad lebih, Masjid Gedhe Mataram masih menjadi tujuan destinasi wisata religi bagi banyak wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah wisatawan yang mengunjungi Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Komplek Masjid Gede Mataram tahun 2021

No	Tahun 2021	
	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	1.453
2.	Februari	1.610
3.	Maret	2.193
4.	April	1.856
5.	Mei	1.800
6.	Juni	1.974
7.	Juli	-
8.	Agustus	-

9.	September	-
10.	Oktober	237
11.	November	1.200
12.	Desember	975
	Total	13.298

Sumber: Data kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pemda DIY tahun 2021.⁷

Bukan tanpa sebab, Masjid Gedhe Mataram menjadi destinasi wisata religi yang banyak dikunjungi wisatawan tentunya karena memiliki aspek-aspek yang mendukung minat kunjungan wisatawan. Oka A. Yoeti berpendapat bahwa berhasilnya suatu pengelolaan objek wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu (1) atraksi (*attraction*), seperti tingkat keunikan, nilai objek wisata, ketersediaan lahan, dan kondisi fisik objek wisata mudah dicapai. (2) Aksesibilitas (*accessibility*) seperti jarak dari jalan raya, kondisi jalan dan kendaraan menuju objek wisata. (3) Fasilitas (*amenities*) seperti fasilitas umum (warung makan, MCK), dan fasilitas pendukung (tempat ibadah, listrik, dan tempat parkir).⁸ Dari pendapat tersebut, dapat ditarik makna bahwasannya semakin baik faktor pendukung suatu obyek wisata maka semakin besar minat berkunjung wisatawan.

⁷ Tim Penyusun Dinas Pariwisata DIY, *Statistik Kepariwisataaan 2021*, (Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY, 2021), hlm. 49.

⁸ Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita, 2008, hlm. 165.

Hal ini pula berlaku pada suatu destinasi wisata religi. Maka dari itu, berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Muslim ke Masjid Gedhe Mataram”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka ada dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh faktor daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram?
2. Bagaimana pengaruh faktor amenities terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram?
3. Bagaimana pengaruh faktor aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram?
4. Bagaimana faktor daya tarik wisata, amenities, dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, yaitu:

- a. Mengetahui pengaruh faktor daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.
- b. Mengetahui pengaruh faktor amenitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.
- c. Mengetahui pengaruh faktor aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.
- d. Mengetahui pengaruh faktor daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori yang dipelajari oleh peneliti sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menambah wawasan pembaca serta masukan untuk mengembangkan disiplin ilmu mengenai manajemen wisata religi.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi pengelola Masjid Gedhe Mataram

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sehingga kedepannya objek yang diteliti yang dalam hal ini Masjid Gedhe Mataram bisa berkembang lebih baik.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata religi.

D. Kajian Pustaka

Tujuan dari uraian kajian pustaka ini adalah untuk menunjukkan originalitas penelitian dan memberikan batasan terhadap apa yang diteliti oleh peneliti, serta membedakan dan membatasi penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang lain. Berdasarkan hasil penelusuran yang peneliti lakukan terhadap beberapa penelitian yang sejenis diantaranya:

Pertama, jurnal yang disusun oleh Mochamad Rizal Yulianto dkk yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Kurma Pasuruan”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebar kuesioner pada 100 responden yang merupakan wisatawan yang telah berkunjung ke Kebun Kurma Pasuruan. Teknik

analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 18 *for windows*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, daya tarik, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Kurma Pasuruan. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6608. Variabel fasilitas memperoleh nilai t_{hitung} 2,247 lebih besar dari t_{tabel} yang artinya variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Variabel daya tarik diperoleh nilai t_{hitung} 2,340 yang artinya variabel daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel aksesibilitas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,664 yang artinya variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 9,437 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70 yang artinya variabel daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.⁹

Kedua, jurnal yang disusun oleh Gabriele Lailatul Muharromah yang berjudul “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, amenitas dan

⁹ Mochamad Rizal Yulianto, Eka Febrianto, dkk., “Pengaruh Fasilitas, Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Kurma Pasuruan”, *Jurnal Scientific*, vol. 9: 1, hlm. 28-31.

aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai 0,023 untuk variabel atraksi wisata (X_1) dan 0,049 untuk variabel aksesibilitas (X_2). Sedangkan, pada variabel amenitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,772 yang artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 25.5%. sementara selebihnya 74,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.¹⁰

Ketiga, skripsi yang disusun oleh Khibdhi Natus Sholikhah yang berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji signifikansi pengaruh variabel sarana prasarana, variabel daya tarik wisata, variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan serta menguji signifikansi pengaruh secara simultan sarana prasarana, daya tarik wisata, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat

¹⁰ 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*, vol: 3: 2, (2020), hlm. 157-159.

berkunjung wisatawan ke obyek wisata Kampung Coklat Blitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunjung wisata Kampung Coklat Blitar.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial sarana prasarana, daya tarik, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kampung Coklat Blitar. Variabel sarana prasarana memiliki nilai signifikansi 0,026, variabel daya tarik 0,000, variabel promosi sebesar 0,001 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,001. Secara simultan sarana prasarana, daya tarik, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Kampung Coklat Blitar dengan koefisien determinasi sebesar 53,8%.¹¹

Keempat, skripsi yang disusun oleh Trisna Widjianto yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor daya tarik wisata, faktor citra wisata, faktor promosi, dan faktor kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass. Penelitian ini

¹¹ Khibdhi Natus Sholikhah, *Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar)*, Skripsi (Tulungagung: Program Studi Ekonomi Syari’ah IAIN Tulungagung, 2021), hlm. 108-111.

menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 165 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,150 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) Citra wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,132 dan signifikansi $0,006 < 0,05$. (3) Promosi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,160 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,068 dan signifikansi $0,040 < 0,05$. (5) Daya tarik wisata, citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 14,127 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.¹²

¹² Trisna Widjianto, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), hlm. vii.

Kelima, jurnal yang disusun oleh Rina Fitriani dan Setia Budhi Wilardjo yang berjudul “Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis variabel-variabel sadar wisata, kemenarikan fasilitas, dan jarak yang mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah dengan menggunakan *convenient random sampling*. Kemudian, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan minat berkunjung kembali sebagai variabel dependen dan tiga variabel independen yaitu sadar wisata (X_1), Kemenarikan Fasilitas (X_2), dan Jarak (X_3).

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya dari ketiga variabel paling berpengaruh dominan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Masjid Agung Jawa Tengah adalah Kemenarikan Fasilitas. Hasil analisis regresi menggunakan program SPSS 16.0 yang diperoleh sebesar 0,468 R^2 dimana variabel independen dapat menjelaskan sebesar 46,8% dan sisanya 53,2% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70, maka F_{hitung} (28.192) > dari pada F_{tabel} (2,70) sehingga dapat disimpulkan tiga variabel independen berpengaruh bersama-sama berpengaruh

terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Masjid Agung Jawa Tengah.¹³

Keenam, jurnal yang disusun oleh Debora Annisa Agitasari dkk yang berjudul “Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan *word of mouth* serta manakah yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada calon wisatawan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji deskriptif, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Adapun hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara parsial *word of mouth* berpengaruh dominan dan positif serta signifikan terhadap kepuasan wisatawan di wisata religi Makam Sunan Giri dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,740 dengan probabilitas 0,000. Variabel promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di wisata Religi Makam Sunan Giri dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,101 dan nilai signifikan $<0,05$. Secara simultan, variabel promosi dan *word of mouth* mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Wisata

¹³ Rina Fitriani dan Setia Budhi Wilardjo, “Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 5: 3, (2017), hlm. 151.

Religi Makam Sunan Giri dengan perolehan nilai *Adjusted R Square* sebesar 72,4%. Sedangkan 27,6 % variasi variabel minat berkunjung dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.¹⁴

Ketujuh, tesis karya Fauzi yang berjudul “Pengaruh Citra Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi Wisata Terhadap Minat Wisata Religi Muslim di Kabupaten Pringsewu”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan apakah ada pengaruh citra pariwisata, kualitas pelayanan, dan promosi pariwisata terhadap minat pariwisata religius muslim di Kabupaten Pringsewu. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 19.0.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persentase kontribusi ketiga variabel secara bersama-sama adalah sebesar 51,9%. Diantara tiga variabel independen, citra pariwisata adalah yang paling berpengaruh karena mampu memberikan kontribusi 42,7% lebih parsial dibandingkan variabel lainnya, yaitu kualitas pelayanan pariwisata 39,9% dan promosi pariwisata 9,2%. Ini menjelaskan bahwa citra pariwisata religius Muslim, kualitas pelayanan, dan promosi pariwisata dapat

¹⁴ Debora Annisa Agitasari, Rulli Krisnanda, dkk., “Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik”, *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinasai Wisata-Perjalanan Wisata*, vol. 2: 1, (2022), hlm. 33-34.

menjadi strategi untuk meningkatkan minat pariwisata religius Muslim di kabupaten Pringsewu.¹⁵

Kedelapan, jurnal karya Winny Virginin Saway dkk yang berjudul “Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara atraksi, amenitas, dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh objek wisata mempunyai dampak terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Pasir Putih, Kabupaten Manokwari, Papua Barat. Adapun teknik pengumpulan data adalah dengan melalui *open* kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan baik secara parsial maupun simultan. Variabel atraksi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,853 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel amenitas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,475 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel aksesibilitas memiliki nilai t_{hitung} 3,247 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Sedangkan secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,625 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan adalah variabel amenitas.

¹⁵ Fauzi, *Pengaruh Citra Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Wisata Terhadap Minat Wisata Religi Muslim di Kabupaten Pringsewu*, Tesis (Lampung: Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), hlm. vii.

Dapat diartikan semakin banyak dan menarik atraksi, semakin lengkap sarana yang tersedia dan semakin mudahnya objek wisata dikenal dan dapat dijangkau dapat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.¹⁶

Kesembilan, jurnal yang disusun oleh Anwani yang berjudul “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta”. Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar obyek daya tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh pada minat wisatawan yang berkunjung ke Pantai Baru Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskripsif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara dengan umur 17 tahun keatas yang sedang dan pernah berkunjung ke obyek wisata Pantai Baru Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Metode penelitian melalui observasi yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mengamati variabel obyek daya tarik wisata, aksesibilitas, dan minat wisatawan yang sedang berkunjung ke Pantai Baru. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t dan uji F menunjukkan variabel obyek daya tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan dengan signifikan 0,00 dan besarnya pengaruh variabel

¹⁶ Winny Virginia Saway, Stella Alvianna, dkk., “Dampak Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupeten Manokwari terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung”, *Jurnal Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, vol.6: 1, (2021), hlm. 5.

obyek daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan 0,509 dan 0,491 dipengaruhi oleh variabel yang belum diamati.¹⁷

Kesepuluh, jurnal yang disusun oleh Leylita Novita Rossadi dan Endang Widayati yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda menggunakan metode survey dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Teknik pengambilan data adalah dengan *non probability sampling/sampling* aksidental.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark, hal ini terbukti dengan tingkat *alpha* ($\alpha= 0,05$) pada uji F menunjukkan signifikansi 0,000 lebih kecil dari *alpha* 0,05. Secara parsial variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha= 10\%$) dan variabel amenitas berpengaruh positif dan

¹⁷Anwani, “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta”, *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, vol. 12: 1, (Maret, 2021), hlm. 63.

signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha= 5\%$). Sedangkan variabel atraksi wisata nilainya positif sebesar 0,768 akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark¹⁸.

Dari beberapa referensi yang telah dipaparkan, secara keseluruhan kajian di atas membahas perihal faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke destinasi wisata. Sementara itu, kajian terkait faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata religi masih jarang ditemukan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan muslim yaitu daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas terhadap kunjungan ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Maka, peneliti mengambil kesimpulan bahwa penelitian yang akan dilakukan belum pernah diteliti dan berbeda dengan penelitian sebelumnya.

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang wisata religi

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang

¹⁸ Leylita Novita Rossadi dan Endang Widayati, “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong”, *Journal of Tourism and Economic*, vol. 1: 2, (2018), hlm. 114-115.

dikunjungi dalam jangka waktu sementara.¹⁹ Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata ialah beraneka ragam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai macam fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintahan dan Pemerintah Daerah²⁰. Sedangkan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.²¹

Sedangkan wisata religi menurut Sykes (1982) dalam Stoddard (1997) suatu perjalanan ke tempat suci sebagai suatu bentuk ketaatan dalam beragama. Menurut Brandon (1970) dalam Stoddard (1997) ziarah melingkupi tiga kategori yaitu suatu tempat yang suci, sesuatu yang menarik individu atau banyak orang untuk datang ke tempat ini dan tujuan yang spesifik seperti memperoleh beberapa pengalaman spiritual atau keuntungan material. Dalam Stoddard (1997) ziarah merupakan suatu perjalanan yang lebih lama dibandingkan dengan perjalanan lokal oleh beberapa orang ke tempat suci, sebagai salah satu wujud ketaatan terhadap agama. Kegiatan ziarah ini melibatkan perpindahan secara fisik dari

¹⁹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 1 ayat (1).

²⁰ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 1 ayat (3).

²¹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 1 ayat (6).

satu tempat ke tempat lain.²² Adapun tujuan wisatawan mengunjungi objek wisata religi adalah untuk memenuhi dahaga spiritual agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Dengan demikian objek wisata religi mencakup setiap tempat yang bisa menggairahkan cita rasa religiusitas dimana pelakunya dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual.²³

2. Tinjauan tentang daya tarik wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan²⁴. Daya Tarik Wisata merupakan suatu hal yang unik dan bernilai tinggi yaitu aneka ragam sumber daya alam, budaya serta karya kreatif yang diminati wisatawan. A Yoeti (1985), mengistilahkan dengan “*tourist attraction*” yaitu segala sesuatu yang menarik dan menimbulkan minat untuk berkunjung ke lokasi tertentu. Sedangkan menurut Pendit (2003) dalam penuturannya bahwa daya tarik wisata merupakan suatu hal yang memikat hati wisatawan.²⁵

²² Robert H. Stoddard, “*Defining and Classifying Pilgrimages*”, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=geographyfacpub>, diakses pada 19 Juni 2023 pukul 0.02.

²³ Moch. Chotib, *Potensi Pengembangan Wisata Religi di Kabupaten Jember*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), hlm. 7.

²⁴ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 1 ayat (5).

²⁵ Muhammad Ashoer, Erika Revida, dkk, *Ekonomi Pariwisata*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 30.

Menurut Sunaryo (2013), daya tarik wisata diklasifikasikan menjadi tiga berdasarkan pada jenis dan temanya, yaitu:²⁶

a. Daya tarik wisata alam

Daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti: pantai, laut, danau, gunung, hutan, sungai, air terjun dan sebagainya.

b. Daya tarik wisata budaya

Daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) dalam kehidupan di suatu masyarakat, yang dapat berupa: upacara/ritual, adat-istiadat, seni-pertunjukan, seni-kriya, seni-sastra maupun seni-rupa keunikan kehidupan sehari-hari yang dimiliki oleh suatu masyarakat, seperti museum, desa tradisional, monument nasional, sanggar seni, pertunjukan, event, festival, adat istiadat dan sebagainya.

c. Daya tarik wisata minat khusus

Daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti: pengamatan satwa tertentu (*birds watching*), memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arung

²⁶Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), hlm. 25-27.

jeram, golf (*sports*), dan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasanya terkait dengan hobi atau kegemaran seorang wisatawan.

Daya tarik wisata yang juga disebut sebagai objek wisata erat kaitannya dengan atraksi wisata. Adapun yang membedakan antara obyek wisata dan atraksi wisata adalah masing-masing karakteristiknya, antara lain sebagai berikut:²⁷

- a. Obyek wisata bersifat statis, terikat pada tempat, dan dapat dijamah (*tangible*). Contohnya: obyek wisata alam seperti pantai, gunung/bukit, hutan, pulau, danau, air terjun, gua, lembah, pemandangan alam, cagar alam, suaka margasatwa, taman nasional, dan lain-lain. Contoh obyek karya wisata manusia seperti situs sejarah, candi, monumen, tugu, bangunan berarsitektur khas/daerah, bangunan dan lokasi bersejarah seperti museum, pelabuhan, mesjid, gereja, kraton, makam tokoh agama/nasional/sejarah, bangunan lain yang bernilai khusus antara lain jembatan (misalnya Ampera, Suramadu), bendungan, perkebunan, kebun binatang, taman kota, taman rekreasi, dan sebagainya.
- b. Atraksi wisata, bersifat dinamis, mencerminkan adanya gerak, tidak terikat tempat (dapat berpindah) dan tidak dapat dijamah (*intangible*). Contohnya atraksi asli (ada atau tidak ada tourist akan berlangsung seperti apa adanya)

²⁷ I Ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), hlm. 98.

seperti adat istiadat, pakaian tradisional, arsitektur khas/daerah, kebiasaan dan pola hidup, gaya hidup, bahasa, suasana keakraban dan keramahan masyarakat, seni budaya yang melekat pada kehidupan masyarakat, seni batik, seni ukir, seni pahat, seni lukis, seni tari & gamelan, seni musik, upacara ritual keagamaan, upacara perkawinan, upacara menyambut kelahiran anak, upacara kraton, acara 17-an (Agustus), dan sebagainya. Contoh atraksi pentas seperti pementasan seni budaya (tari, gamelan, musik, wayang, dan lain-lain), pameran lukisan, pameran pahatan, pameran ukiran, peragaan busana, dan lain-lain.

I Ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyatmaja menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi daya tarik wisata, yaitu adalah.²⁸

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- d. Mempunyai nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, keindahan alam, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

²⁸ Ibid.,

Adapun beberapa indikator yang harus dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata pada tujuan wisata, yaitu:²⁹

a. Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadikan daya tarik wisata. Suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

b. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.

c. Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

d. Alat transportasi (*what to arrived*)

²⁹ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta : Andi, 2017), hlm. 144.

Hal ini mengisyaratkan kendaraan apa saja yang dapat digunakan untuk mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.

e. Penginapan (*where to stay*)

Hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

3. Tinjauan tentang Amenitas

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang disediakan untuk wisatawan yang berkunjung demi kenyamanan dan kelancaran kegiatan kepariwisataan.³⁰ Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama

³⁰ Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), hlm. 173.

destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenities yang bersifat komersial seperti hotel, restoran, dan *rest area*.³¹

Sunaryo (2013) juga menjelaskan bahwa pada hakekatnya amenities merupakan fasilitas dasar seperti: utilitas, jalan raya, transportasi, akomodasi, pusat informasi pariwisata dan pusat perbelanjaan yang kesemuanya perlu disediakan untuk membuat wisatawan yang berkunjung ke destinasi merasa nyaman dan senang. Dikutip dari French memberikan batasan bahwa amenities bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.³²

Sumayang (2003) mendefinisikan amenities atau fasilitas sebagai penyediaan perlengkapan fisik oleh pengelola objek wisata yang memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk melakukan aktivitasnya. Perlengkapan ini dalam objek wisata berupa tempat sampah, toilet, tempat parkir dan sebagainya. Menurutnya terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur amenities, diantaranya sebagai berikut:³³

³¹ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, (Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta, 2016), hlm.15.

³² Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), hlm. 173.

³³ Lalu Sumayang, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 124.

a. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas

Keadaan fasilitas yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihannya dan kerapian saat wisatawan menggunakan fasilitas tersebut.

b. Kondisi dan fungsi fasilitas

Fasilitas dapat berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

c. Kemudahan menggunakan fasilitas

Fasilitas yang familier bagi wisatawan sehingga wisatawan dapat menggunakannya dengan mudah.

4. Tinjauan tentang Aksesibilitas

Aksesibilitas menurut Sunaryo (2013) adalah segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait.³⁴ Spillane (1997) juga berpendapat bahwa aksesibilitas merupakan kemampuan untuk mencapai suatu tujuan wisata tertentu, dapat lebih mudah atau lebih sulit menjangkaunya.³⁵

Menurut Tjiptono (2014), aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Menurutnya aksesibilitas diukur

³⁴ Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), hlm. 173.

³⁵J. Spillane, *Pariwisata Indonesia*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), hlm. 38.

berdasarkan jarak (akses ketempat lokasi) dan transportasi (arus lalu lintas).³⁶ Sedangkan *accessibility* atau aksesibilitas menurut Isdarmanto (2016) adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Hal ini meliputi akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan. Banyak sekali destinasi wisata yang mempunyai potensi keindahan alam dan budaya yang layak untuk dikunjungi wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik. Sehingga ketika diperkenalkan tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Aksesibilitas tidak hanya diartikan sebatas pada akses jalan yang baik, namun diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi serta semua aspek yang memperlancar perjalanan.³⁷

Adapun indikator aksesibilitas menurut Sunaryo (2013) yaitu:³⁸

a. Kemudahan mencapai

Kemudahan mencapai ini seperti penetapan jalur dan tanda petunjuk untuk memudahkan wisatawan mencapai daya tarik wisata yang dituju.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip: Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 159.

³⁷ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, (Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta, 2016), hlm. 19.

³⁸ Sita Sari Ningsih, *Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Skripsi (Medan: Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, 2020), hlm. 22.

b. Kenyamanan

Kenyamanan perjalanan untuk mencapai daya tarik wisata sangat diperlukan sekali. Kenyamanan dapat dipahami salah satunya dengan bebas dari gangguan seperti asap polusi.

c. Keamanan

Keamanan merupakan hal yang paling utama dibutuhkan wisatawan. Keamanan dapat dipahami dengan perjalanan yang bebas dari kriminalitas.

d. Kelancaran

Kelancaran yang dimaksud yaitu kelancaran dalam segi angkutan transportasi maupun perjalanan. Kelancaran dapat dipahami dengan perjalanan yang bebas dari kemacetan.

5. Tinjauan tentang Minat Berkunjung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat merupakan suatu kecenderungan hati terhadap sesuatu, serta keinginan terhadap sesuatu. Oleh sebab itu, harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Sedangkan berkunjung dapat diartikan sebagai pergi dan datang untuk menengok, saling mengunjungi, bepergian dan melewati suatu tempat.³⁹ Kotler dan Susanto (2000) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu

³⁹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses pada 19/06/23 pukul 10.05

rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk.⁴⁰

Menurut Eka Fitriyani dan Hengky Pramusinto (2018), terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong banyaknya minat berkunjung masyarakat, diantara faktornya adalah:⁴¹

- a. Rasa ingin tahu yang tinggi atas tempat atau kondisi yang ingin dikunjungi oleh konsumen/pengunjung.
- b. Keadaan sekitar atau lingkungannya yang dapat menarik pengunjung dan fasilitas yang memadai.
- c. Keadaan lingkungan sosial yang ramah dan juga kondusif, serta keamanan dan kenyamanan juga harus diutamakan agar pengunjung merasa aman.
- d. Tersedianya kebutuhan yang lengkap atas keinginan pengunjung.

Menurut teori Philip Kotler (2006), mengasumsikan bahwa minat berkunjung disetarakan dengan minat pembelian atau minat membeli kembali yang diukur dengan indikator yang sama. Adapun indikator yang dapat digunakan terkait minat berkunjung adalah sebagai berikut:⁴²

⁴⁰Philip Kotler dan A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 165.

⁴¹ Eka Fitriyani dan Hengky Pramusinto, Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Pustakawan terhadap Minat Berkunjung Masyarakat, *Economic Education Analysis Journal*, vol.7: 2, 2018, hlm. 78.

⁴² Philip Kotler, John T. Bowen, and James C. Makens, *Marketing for Hospitality and Tourism Fourth Edition*, (New Jersey: Pearson Education, 2006) hlm. 198.

a. Ketertarikan

Berhubungan dengan daya dorong seseorang terhadap ketertarikan pada suatu benda, orang maupun kegiatan.

b. Preferensi

Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen terhadap sesuatu produk, barang maupun jasa.

c. Pencarian informasi

Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk, barang, maupun jasa yang diminati.

F. Hipotesis

1. Pengaruh faktor daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang menjadi sasaran tujuan kunjungan.⁴³ Menurut Pendi (2003) daya tarik wisata merupakan salah satu faktor utama yang memikat hati wisatawan sehingga menimbulkan minat wisatawan untuk berkunjung.⁴⁴ Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya diantaranya:

a. Jurnal oleh Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar yang berjudul “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap

⁴³ Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 1 ayat (5).

⁴⁴ Muhammad Ashoer, Erika Revida, dkk, *Ekonomi Pariwisata*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm.30.

- Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya atraksi wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁴⁵
- b. Jurnal oleh Anwani yang berjudul “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan.⁴⁶
- c. Skripsi oleh Brian Erianti Karunia Asri yang berjudul “Pengaruh E-WoM dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan.⁴⁷
- d. Skripsi oleh Khibdhi Natus Sholikhah yang berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar)” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya daya tarik wisata

⁴⁵Gabriele 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*, vol: 3: 2, (2020), hlm. 158.

⁴⁶ Anwani, “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta”, *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, vol. 12: 1, (Maret, 2021), hlm. 62.

⁴⁷ Brian Erianti Karunia Asri, *Pengaruh E-WoM dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018), hlm. 108.

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.⁴⁸

- e. Skripsi oleh Trisna Widjianto yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan.⁴⁹

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut :

H_1 = variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

H_0 = variabel daya tarik wisata secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

2. Pengaruh faktor amenitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram

⁴⁸ Khibdhi Natus Sholikhah, *Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar)*, Skripsi (Tulungagung: Program Studi Ekonomi Syari'ah IAIN Tulungagung, 2021), hlm. 110.

⁴⁹ Trisna Widjianto, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), hlm. 71.

Menurut Sunaryo (2003) amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang disediakan untuk wisatawan yang berkunjung demi kenyamanan dan kelancaran kegiatan kepariwisataan. Dikutip dari French bahwa amenitas bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenitas akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu. Dalam beberapa penelitian sebelumnya menyatakan pula bahwa amenitas menjadi salah satu faktor minat berkunjung wisatawan. Diantaranya adalah:

- a. Jurnal oleh Arju Pandamean dan Tri Utari Ismayuni yang berjudul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.⁵⁰
- b. Jurnal oleh Muh. Sugeng Riyadi dan Heni Susilowati yang berjudul “Keputusan Berkunjung Wisatawan Ditinjau dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata di Heritage Palace Kartasura”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁵¹

⁵⁰ Anju Pardamean Pasaribu dan Tri Utari Ismayuni, Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol.17: 1, (2023), hlm. 519.

⁵¹Muh. Sugeng Riyadi S dan Heni Susilowati, “Keputusan Berkunjung Wisatawan Ditinjau dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata di Heritage Palace Kartasura”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol.14: 1, (2021), hlm. 132.

- c. Jurnal oleh Budi Susianto dkk yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa amenities/fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan.⁵²
- d. Jurnal oleh Agustini Tanjung dkk yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Kunjung pada Situ Rawa Gede”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat kunjung wisatawan.⁵³
- e. Jurnal oleh Nurbaeti dkk yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.⁵⁴

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut :

⁵²Budi Susianto dan Johannes Johannes, dkk, Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 3: 6, (2022), hlm. 602.

⁵³Agustini Tanjung dan Surya Bintari, dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede, *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, vol.2: 5, (2022), hlm. 152.

⁵⁴Nurbaeti dan Myrza Rahmanita, dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang, *Jurnal Ilmu Humaniora*, vol. 10: 2, (2021), hlm. 274.

H_2 = variabel amenitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

H_0 = variabel amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram

3. Pengaruh faktor aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram

Menurut Isdarmanto (2016) aksesibilitas mempunyai arti sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Aksesibilitas sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjunginya. Sebab semenarik apapun daya tarik suatu destinasi wisata apabila tidak diimbangi dengan aksesibilitas yang baik maka akan mengurangi minat berkunjung wisatawan.⁵⁵ Dalam beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi salah satu faktor pendukung yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Diantaranya:

- a. Jurnal oleh Arju Pandamean dan Tri Utari Ismayuni yang berjudul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas

⁵⁵ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, (Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta, 2016), hlm. 19.

- secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.⁵⁶
- b. Jurnal oleh Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar yang berjudul “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁵⁷
- c. Jurnal oleh Anwani yang berjudul “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan.⁵⁸
- d. Jurnal oleh Natasha Dessy Putri dkk yang berjudul “Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Teman”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁵⁹

⁵⁶ Anju Pardamean Pasaribu dan Tri Utari Ismayuni, Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol.17: 1, (2023), hlm. 519.

⁵⁷ 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*, vol: 3: 2, (2020), hlm. 159.

⁵⁸ Anwani, “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta”, *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, vol. 12: 1, (Maret, 2021), hlm. 62.

⁵⁹Natasha Dessy Putri Ramadhan dan Rini, dkk, “Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Teman”, *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, vol.1: 3, (2021), hlm. 167-168.

e. Jurnal oleh Leylita Novita Rossadi dan Endang Widayati yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁶⁰

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut :

H₃ = variabel aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

H₀ = variabel aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

4. Pengaruh faktor daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram

Menurut Oka. A Yoeti bahwasannya berhasilnya suatu objek wisata sangat tergantung pada 3A yaitu (1) atraksi (*attraction*), (2) aksesibilitas (*accessibility*), (3) fasilitas (*amenities*).⁶¹ Hal ini juga didukung oleh beberapa penelitian

⁶⁰Leylita Novita Rossadi dan Endang Widayati, “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong”, *Journal of Tourism and Economic*, vol. 1: 2, (2018), hlm. 114.

⁶¹ Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2008), hlm. 165.

sebelumnya yang membuktikan bahwa daya tarik wisata, amenitas, dan aksesibilitas mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Diantaranya adalah:

- a. Skripsi oleh Ayu Listianingrum yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel daya tarik, aksesibilitas dan fasilitas secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal.⁶²
- b. Jurnal oleh Arju Pandamean dan Tri Utari Ismayuni yang berjudul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor daya tarik, aksesibilitas, dan amenitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.⁶³
- c. Jurnal oleh Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar yang berjudul “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid” yang menghasilkan kesimpulan bahwasannya atraksi wisata,

⁶²Ayu Listianingrum, Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal, Skripsi, (Tegal: Universitas Pancasakti, 2019), hlm. 85.

⁶³Anju Pardamean Pasaribu dan Tri Utari Ismayuni, Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol.17: 1, (2023), hlm. 518.

amenitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁶⁴

- d. Jurnal oleh Mochamad Rizal Yulianto dkk yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Kurma Pasuruan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.⁶⁵
- e. Skripsi oleh Raissa Arizma Nanda Wibowo yang berjudul “Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.⁶⁶

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai

berikut:

⁶⁴ 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*, vol: 3: 2, (2020), hlm. 159.

⁶⁵ Mochamad Rizal Yulianto, Eka Febrianto, dkk., “Pengaruh Fasilitas, Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Kurma Pasuruan”, *Jurnal Scientific*, vol. 9: 1, (2018), hlm. 30.

⁶⁶Raissa Arizma Nanda Wibowo, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)*, Skripsi, (Surakarta: UIN Raden Mas Said, 2023), hlm. 75.

H_4 = variabel daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

H_0 = Daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram.

G. Sistematika Pembahasan

Supaya memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

BAB ini berisi tentang (1) latar belakang masalah penelitian, (2) rumusan masalah, (3) tujuan dan kegunaan penelitian, (3) tinjauan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian, (4) kerangka teori yang relevan, (4) hipotesis penelitian dan (5) sistematika pembahasan.

BAB II METODE PENELITIAN

BAB ini berisi (1) jenis analisis penelitian, (2) definisi konseptual, (3) definisi operasional, (4) populasi, sampling dan sampel penelitian, (5) instrumen

penelitian, (6) metode pengumpulan data (7) validitas dan reliabilitas serta (8) analisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM

Memuat uraian tentang objek yang diteliti yang dalam hal ini adalah Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Adapun pada BAB ini diuraikan mengenai (1) profil Masjid Gedhe Mataram, (2) sejarah Masjid Gedhe Mataram dan (3) struktur pengelola Masjid Gedhe Mataram.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB ini berisi paparan data yang disajikan secara dekriptif sesuai dengan berbagai pernyataan atau pertanyaan dari peneliti dan hasil dari analisis data. Paparan data diperoleh dari metode pengumpulan data, dan hasil analisis data yang menjadi temuan dari peneliti. Pada hasil penelitian disajikan berbagai hasil pengujian diantaranya: (1) validitas dan reliabilitas instrumen, (2) uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), (3) regresi linier berganda meliputi uji t dan uji F, (4) koefisien determinasi. Pada BAB ini dipaparkan pula karakteristik responden seperti usia, pekerjaan, asal kedatangan dan lain sebagainya.

BAB V PENUTUP

BAB terakhir berisi (1) kesimpulan, dan (2) saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab

sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan. Saran diarahkan pada dua hal, yaitu (1) saran dalam usaha memperluas hasil penelitian, misalnya disarankan perlunya diadakan penelitian lanjutan, dan (2) saran untuk menentukan kebijakan di bidang-bidang terkait dengan masalah atau fokus penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,838 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,376.
2. Amenitas tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,418 dengan nilai signifikansi $0,677 > 0,05$ dan koefisien regresi sebesar -0,22.
3. Aksesibilitas tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,751 dengan nilai signifikansi $0,455 > 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,069.
4. Daya tarik wisata, amenitas, dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 14,758 lebih besar dari F_{tabel} 2,70 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5. Daya tarik wisata, amenities dan aksesibilitas memberikan sumbangan sebesar 31,6% dan sisanya sebesar 68,4% oleh variabel lain yang tidak termasuk model penelitian ini.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini dapat berjalan dengan lancar, tetapi masih ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, keberhasilan penelitian terbatas pada populasi yang telah ditentukan, yaitu wisatawan muslim yang pernah berkunjung ke Masjid Gedhe Mataram. Dengan kata lain, variabel daya tarik wisata, amenities, dan aksesibilitas belum tentu berpengaruh terhadap minat berkunjung populasi lain. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian sejenis dengan populasi yang lebih luas agar teruji konsistensi hasil penelitian sekarang.
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh daya tarik wisata, amenities dan aksesibilitas. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan muslim, seperti faktor religiusitas, citra wisata, kualitas pelayanan, promosi dan sebagainya.. Sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut guna menyempurnakan penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Masjid Gedhe Mataram

Bagi pengelola Masjid Gedhe Mataram, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran, saran maupun pengetahuan yang dapat menjadi pagar pembatas bagi setiap langkah pengembangan Masjid Gedhe Mataram. Seperti yang telah diketahui bahwa daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan muslim ke Masjid Gedhe Mataram. Maka dari itu diharapkan pengelola Masjid Gedhe Mataram lebih mengoptimalkan aspek daya tarik wisata, amenitas dan aksesibilitas. Adapun beberapa contoh yang bisa ditingkatkan dalam daya tarik wisata seperti adanya edukasi mengenai sejarah kerajaan mataram islam, dan adanya event-event yang menarik. Pada amenitas dapat dilakukan dengan pemeliharaan dan peningkatan kuantitas fasilitas-fasilitas Masjid Gedhe Mataram. Sedangkan pada variabel aksesibilitas dapat ditingkatkan dengan perluasan lahan parkir untuk transportasi wisatawan yang berkapasitas besar. Pula diperlukan transportasi umum yang dapat menjangkau lokasi Masjid Gedhe Mataram.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Besarnya faktor daya tarik wisata, amenitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan adalah 31,6%. Sedangkan 68,4% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung selain faktor

yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Masjid Gedhe Mataram yang lainnya. Misalnya faktor religiusitas, citra wisata, kualitas pelayanan, promosi dan sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Agitasari, Debora Annisa, Rulli Krisnanda, dkk., “Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik”, *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinasai Wisata-Perjalanan Wisata*, vol. 2: 1, 2022.
- Anwani, “Analisis Obyek Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Baru Yogyakarta”, *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, vol. 12: 1, 2021.
- Ashoer, Muhammad, Erika Revida, dkk, *Ekonomi Pariwisata*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Asri, Brian Erianti Karunia, *Pengaruh E-WoM dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis*, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018.
- Chotib, Moch, *Potensi Pengembangan Wisata Religi di Kabupaten Jember*, Jember: IAIN Jember Press, 2015.
- Falatehan, Aun Falestien, “Serenity, Sustainability dan Spirituality dalam Industri Manajemen Wisata Religi”, *Jurnal Pariwisata*, vol. 6: 1, 2019.
- Fauzi, *Pengaruh Citra Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Wisata Terhadap Minat Wisata Religi Muslim di Kabupaten Pringsewu*, Tesis, Lampung: Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Fitriani, Rina dan Setia Budhi Wilardjo, “Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, vol. 5: 3, 2017.
- Fitriyani, Eka dan Hengky Pramusinto, Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Pustakawan terhadap Minat Berkunjung Masyarakat, *Economic Education Analysis Journal*, vol.7: 2, 2018.
- Gani, Irwan dan Siti Amalia, *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial Edisi Revisi*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.

- Hasiara, La Ode, dkk., *Metode Penelitian Terapan Kualitatif dan Kuantitatif*, Malang: Penerbit CV IRDH, 2019.
- Ibrahim, Andi dan Asrul Haq Alang, dkk., *Metodologi Penelitian*, Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018.
- Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, Yogyakarta : Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta, 2016.
- Kotler, Philip dan A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Kotler, Philip, John T. Bowen, dkk, *Marketing for Hospitality and Tourism Fourth Edition*, New Jersey: Pearson Education, 2006.
- Listianingrum, Ayu, *Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal*, Skripsi, (Tegal: Universitas Pancasakti, 2019).
- Machali, Imam, *Metode Peneliian Kuantitatif*, Yogyakarta: Program Studi MPI UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Muharromah, Gabriele Lailatul, “Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol. 3: 2, 2020.
- Ningsih, Siti Sari, *Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Skripsi, Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi, 2020.
- Nurbaeti dan Myrza Rahmanita, dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang”, *Jurnal Ilmu Humaniora*, vol. 10: 2, 2021.
- Pasaribu, Anju Pardamean dan Tri Utari Ismayuni, Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol.17: 1, 2023.
- Prawira, Sendi Arief, dkk, *Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas di Kereta Rel Listrik Jakarta*, Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2020.
- Priyatno, Duwi, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013.
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Ponorogo: WADE Group, 2016.

- Ramadhan, Natasha Dessy Putri dan Rini, dkk, “Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Temam”, *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, vol.1: 3, 2021.
- Riyadi S, Muh. Sugeng dan Heni Susilowati, “Keputusan Berkunjung Wisatawan Ditinjau dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata di Heritage Palace Kartasura”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol.14: 1, 2021.
- Rossadi, Leylita Novita dan Endang Widayati, “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong”, *Journal of Tourism and Economic*, vol. 1: 2, 2018.
- Saway, Winny Virginia, Stella Alvianna, “Dampak Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupeten Manokwari terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung”, *Jurnal Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, vol.6: 1, 2021.
- Sholikhah, Khibdhi Natus., *Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar)*, Skripsi, Tulungagung: Program Studi Ekonomi Syari’ah IAIN Tulungagung, 2021.
- Soleh, Habib, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Mertua di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau”, *Jom FISI*, vol. 4: 1, 2017.
- Spillane, J, *Pariwisata Indonesia*, Yogyakarta: Kanisius, 1997,
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed.13, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2021.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. 18, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sumayang, Lalu, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Bandung: Alfabeta, 2003.
- Sunaryo, Bambang, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013.
- Susianto, Budi dan Johannes Johannes, dkk, Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 3: 6, 2022.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, Denpasar: Pustaka Larasan, 2017.

- Tanjung, Agustini dan Surya Bintari, dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede, *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, vol.2: 5, 2022.
- Tim Penyusun Dinas Pariwisata DIY, *Statistik Kepariwisataaan 2021*, Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY, 2021.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa, Prinsip: Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Utama, I Gusti Bagus Rai, *Pemasaran Pariwisata*, Yogyakarta: Andi, 2020.
- Wibowo, Raissa Arizma Nanda, *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)*, Skripsi, Surakarta: UIN Raden Mas Said, 2023.
- Widjianto, Trisna, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2019.
- Wijayanti, Ratna, dan Noviansyah Rizal, dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen*, Lumajang: Widya Gama Press, 2021.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan, *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, ed.2, Jakarta: Salemba Infotek, 2014.
- Yoeti, Oka A., *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita, 2008.
- Yulianto, Atun, “Analisis Objek Daya Tarik Wisata Favorit Berdasarkan Jumlah Pengunjung di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Media Wisata*, vol.15:2, 2017.
- Yulianto, Mochamad Rizal, dkk, “Pengaruh Fasilitas, Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Kurma Pasuruan”, *Jurnal Scientific*, vol 9: 1, 2022.