

**PENGARUH KESADARAN HALAL, FASILITAS DAN DAYA TARIK
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(SURVEI PADA WISATAWAN THE FOREST ISLAND PURWOKERTO)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
ROBI' MAR ATUL HIKMAH
NIM. 1817201203

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robi' Mar Atul Hikmah
NIM : 1817201203
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 5 September 2022

Saya yang menyatakan,



Robi' Mar Atul Hikmah
NIM. 1817201203



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH KESADARAN HALAL, FASILITAS, DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (SURVEI PADA WISATAWAN THE FOREST ISLAND PURWOKERTO)

Yang disusun oleh Saudari **Robi' Mar Atul Hikmah NIM. 1817201203** Program Studi **Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **28 September 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 211027901

Sekretaris Sidang/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Purwokerto, 3 Oktober 2022

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Robi' Mar Atul Hikmah NIM. 1817201203 yang berjudul :

Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 5 September 2022
Pembimbing,



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

MOTTO

*"Nothing good comes easy, but don't be afraid
Allah is always there for you"*

-Robi' Mar Atul Hikmah-



**PENGARUH KESADARAN HALAL, FASILITAS DAN DAYA TARIK
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(SURVEI PADA WISATAWAN THE FOREST ISLAND PURWOKERTO)**

Robi' Mar Atul Hikmah
NIM. 1817201203

E-mail: hikmahrobi@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Sebelum melakukan sebuah perjalanan, tentunya wisatawan akan mengidentifikasi berbagai instrumen yang dapat menunjang kebutuhannya selama berada di dalam sebuah objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan The Forest Island Purwokerto.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan jenis penelitian hubungan kausal. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang telah berkunjung ke objek wisata The Forest Island Purwokerto. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden yang dijadikan sebagai objek penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan The Forest Island Purwokerto.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Fasilitas, Daya Tarik dan Keputusan Berkunjung

**THE EFFECT OF HALAL AWARENESS, FACILITIES, AND
ATTRACTIVENESS ON VISITING DECISIONS
(SURVEY OF THE FOREST ISLAND PURWOKERTO TOURISTS)**

Robi' Mar Atul Hikmah
NIM. 1817201203

E-mail: hikmahrobi@gmail.com

*Study Program of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and
Business, State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Before making a trip, of course tourists will identify various instruments that can support their needs while in a tourist attraction. This study aims to determine the effect of halal awareness, facilities, and attractiveness both partially and simultaneously on the decision to visit tourists at The Forest Island Purwokerto.

The method used in this research is quantitative with the type of causal relationship research. This study uses primary data collected through a questionnaire. The population in this study are tourists who have visited the tourist attraction The Forest Island Purwokerto. The sampling technique used was purposive sampling with a sample of 100 respondents who were used as research objects. The data analysis used in this research is multiple linear regression.

The results of this study indicate that partially and simultaneously the variables of halal awareness, facilities, and attractiveness have a positive and significant effect on the decision to visit tourists at The Forest Island Purwokerto.

Keywords: Halal Awareness, Facilities, Attractiveness and Visiting Decisions

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba [”]	B	Be
ت	ta [”]	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	Je
ح	ĥ	H	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha [”]	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	ze (dengan titik diatas)
ر	ra [”]	R	Rr
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	S	es (dengan garis dibawah)
ض	d [”] ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	ṭa	T	te (dengan garis dibawah)
ظ	ẓa	Z	zet (dengan garis dibawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa [”]	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi

ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	„el
م	mim	M	„em
ن	nun	N	„en
و	waw	W	W
ه	ha ^ˁ	H	Ha
ء	hamzah	„	Apostrof
ي	ya ^ˁ	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كراهة الأولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة النطر	Ditulis	zakât al-fîr
------------	---------	--------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya ^ˁ mati	ditulis	a

	تَس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya" mati	ditulis	i
	كِرِين	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	نُر و ض	ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya" mati	ditulis	ai
	بِينَكِن	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قَوْل	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أَعْدَت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

أَلْقِيَاس	ditulis	al-qiyâs
------------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السَّوَاء	ditulis	as-samâ
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي النُّر و ض	Ditulis	zawi al-furūd
------------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto) sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, persembahkan skripsi dan rasa terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Mohammad Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. Ridwan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Sofwa Safrani SP, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Segenap dosen dan staff UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Supangat dan Ibu Ani serta segenap keluarga atas kasih sayang yang tiada batas, doa, nasehat, dukungan serta motivasi yang telah diberikan selama ini.
11. Member Legit Squad Ellin, Emi, dan Lulu sebagai sumber penyemangat yang selalu ada dalam suka maupun duka, semoga persahabatan kita until jannah.
12. Kamu tempat berkeluh kesah saya, yang paling mengerti saya lebih dari orang lain. Terimakasih atas support yang selama ini selalu diberikan.
13. Teman seperjuangan calon-calon orang sukses kelas Ekonomi Syariah E angkatan 2018.
14. Keluarga besar DEMA FEBI periode 2020 dan 2021 yang telah memberikan kesempatan saya untuk belajar berproses di dunia organisasi. Dan juga rekan-rekan di Kementerian Komunikasi dan Informasi yang telah kebersamai perjuangan.
15. Pihak The Forest Island Purwokerto dan responden penelitian skripsi saya.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
17. Dear myself, you have sacrificed a lot to achieve this title. Thank you for all the hard work and struggle you have given.

Semoga atas semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal baik, dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan saran dan kritikan yang membangun untuk lebih baik kedepannya.

Purwokerto, 5 September 2022

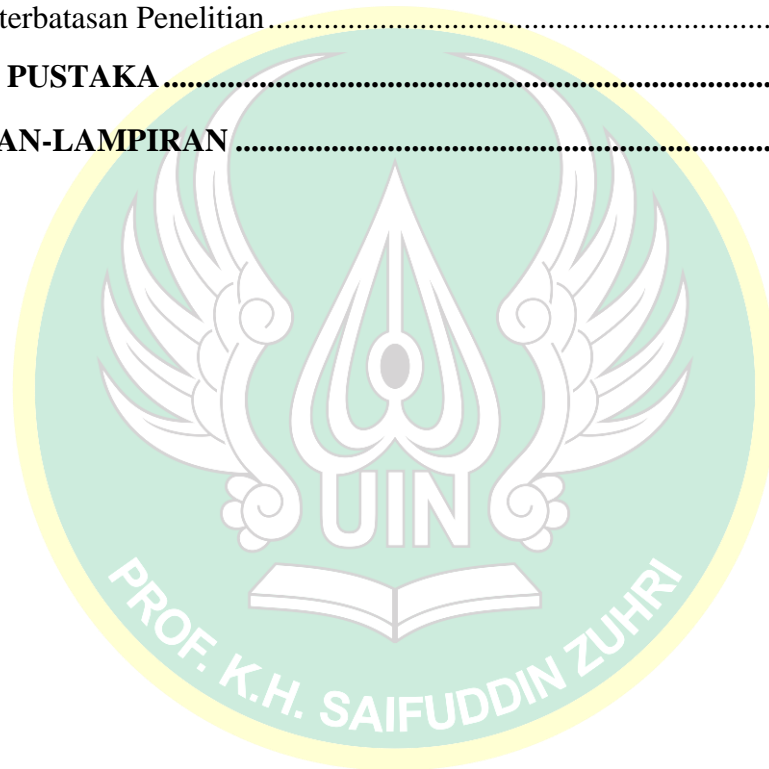


Robi' Mar Atul Hikmah
NIM. 1817201203

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kajian Teori	14
C. Landasan Teologis	27
D. Model Penelitian	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
E. Pengumpulan Data Penelitian	39
F. Analisis Data Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Karakteristik Responden	48
C. Hasil Penelitian	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
C. Keterbatasan Penelitian.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengunjung Daya Tarik Wisata Buatan Kabupaten Banyumas Tahun 2020	4
Tabel 2.1	Kajian Pustaka.....	10
Tabel 3.1	Indikator Penelitian	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji f.....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Hasil Observasi Pendahuluan	5
Gambar 2.1	Model Penelitian	30
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	49
Gambar 4.2	Hasil Uji Linieritas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	78
Lampiran 3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	83
Lampiran 4	Bukti Penyebaran Kuesioner	90
Lampiran 5	Surat Izin Observasi.....	91
Lampiran 6	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	92
Lampiran 7	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	93
Lampiran 8	Blangko Bimbingan Skripsi.....	94
Lampiran 9	Sertifikat BTA PPI.....	96
Lampiran 10	Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris	97
Lampiran 11	Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	98
Lampiran 12	Sertifikat Aplikasi Komputer (Aplikom).....	99
Lampiran 13	Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN).....	100
Lampiran 14	Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM).....	101
Lampiran 15	Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)	102
Lampiran 16	Sertifikat PBAK Institut	103
Lampiran 17	Sertifikat PBAK Fakultas	104
Lampiran 18	Daftar Riwayat Hidup.....	105

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk hidup yang memiliki berbagai jenis kebutuhan, baik kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier. Melalui kebutuhan inilah akan timbul pengaruh langsung terhadap sikap dari seseorang yang dapat menumbuhkan motif tertentu. Motif merupakan perwujudan konkrit dari sebuah keinginan yang harus dipenuhi (Isdarmanto, 2017: 2). Sebagai contoh, di tengah padatnya rutinitas yang monoton dan melelahkan, manusia cenderung membutuhkan aktivitas lain seperti berwisata, sehingga muncul motivasi seseorang untuk memutuskan melakukan suatu perjalanan atau kunjungan.

Seseorang melakukan perjalanan wisata yaitu untuk mengenal, mempelajari, dan memahami kondisi tempat yang mereka kunjungi. Pariwisata memberikan potensi besar bagi Indonesia sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman suku dan budayanya untuk lebih dikenal luas, baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Terlebih lagi Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia. Mengutip data dari Muslim Population by Country (2022) jumlah penduduk muslim Indonesia sebanyak 275 juta pada tahun 2022.

Menjadi negara dengan populasi penduduknya yang sebagian besar adalah seorang muslim pasti memerlukan pariwisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Melalui kebutuhan tersebut, hadirilah konsep wisata halal yang dapat dijadikan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk tetap menerapkan nilai-nilai Islami dalam berbagai aspek kehidupannya. Secara global, pariwisata halal merupakan pasar yang menjanjikan. Menurut laporan *Mastercard Crescentrating* dalam *Global Travel Market Index* (GMTI, 2019) diprediksi akan terjadi peningkatan dari tahun 2018 yang hanya sekitar 140 juta menjadi 230 juta wisatawan muslim secara global pada tahun 2026 mendatang (Kemenparekraf, 2021). Besarnya

pasar global ini memberikan peluang yang sangat besar bagi Indonesia dalam upaya pengembangan pariwisata halal.

Pada dasarnya, pariwisata halal bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, keinginan serta pengalaman bagi para wisatawan berupa pengembangan amenities, atraksi dan aksesibilitas (Kemenparekraf, 2021). Konsep pariwisata halal yaitu memberikan kemudahan dengan menyesuaikan gaya liburan serta melayani berbagai kebutuhan dan permintaan para wisatawan muslim seperti penyediaan fasilitas dan kolam renang yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, tidak menyediakan makanan haram dan minuman beralkohol (Abrori, 2020: 34).

Pariwisata halal memiliki cakupan yang sangat luas, tidak sekedar merujuk pada perjalanan yang bersifat keagamaan, tetapi memberikan sebuah motivasi agar tetap mengutamakan nilai dan norma syariat Islam. Wisata halal dapat dijadikan sebuah manajemen wisata yang menerapkan konsep keseimbangan dalam hidup yang tidak hanya bertujuan untuk mencari kesenangan saat melakukan perjalanan, tetapi juga sebagai jembatan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT agar mendapatkan kebahagiaan kelak di akhirat.

Mayoritas penduduk Indonesia muslim, akan tetapi tidak semua taat terhadap aturan agama, sehingga ada kalanya wisatawan yang berkunjung belum paham apa yang sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017: 51) terdapat hubungan antara keinginan, kebutuhan dan motivasi. Suatu keinginan akan terjadi jika terdapat kesadaran seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat empat indikator yang dapat dijadikan tolak ukur sebuah destinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dalam upaya meningkatkan kesadaran terhadap destinasi wisata halal di antaranya yaitu melalui konferensi, *workshop*, seminar. Kedua, pameran konsumsi halal dan paket perjalanan wisata halal. Ketiga, pusat informasi yang memudahkan wisatawan mengakses destinasi. Keempat, target promosi yang dapat menarik wisatawan melakukan kunjungan (Abrori, 2020: 37).

Dalam pariwisata halal, fasilitas menjadi salah satu instrumen penting untuk menunjang minat para pengunjungnya, seperti tempat beribadah yang nyaman, pemisahan antara toilet laki-laki dan perempuan, penyediaan makanan halal dan lain sebagainya. Menurut Hardianto dan Ratnasari (2015) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, salah satunya yaitu fasilitas. Fasilitas dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran halal para wisatawan muslim sebagai bentuk dari aktualisasi gaya hidup halal (*halal lifestyle*).

Faktor lain yang menjadi penentu keberhasilan suatu destinasi wisata adalah daya tarik. Daya tarik wisata dapat berupa keindahan, keunikan, budaya, serta hiburan seperti sarana bermain. Sebuah tempat dapat dijadikan sebagai daerah tujuan wisata apabila memiliki potensi daya tarik. Daya tarik sebagai salah satu komponen dalam produk wisata karena mempunyai kekuatan yang dapat menghadirkan motivasi untuk melakukan perjalanan (Isdarmanto, 2017: 15).

Menurut Yoeti (2008: 167) terdapat tiga bentuk atraksi wisata antara lain *natural attraction* yaitu daya tarik alam seperti pemandangan, *cultural attraction* yaitu daya tarik budaya seperti arkeologi dan *special types of attraction* yaitu bentuk atraksi yang berasal dari buatan manusia, seperti yang terdapat pada objek wisata The Forest Island yang bertempat di desa Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. The Forest Island menyuguhkan berbagai daya tarik buatan yang cocok dijadikan tujuan wisata bagi keluarga karena wahananya dapat dicoba oleh semua kalangan usia. Destinasi ini terkenal dengan salah satu fasilitasnya yaitu kolam renang syariah. Kolam renang ini disediakan khusus untuk wanita dengan konsep *indoor* atau tidak berada di ruang terbuka sehingga pengunjung akan lebih merasa nyaman dan leluasa berenang. Menurut data Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah tahun 2020, The Forest Island masuk ke dalam 10 besar daya tarik wisata buatan di Kabupaten Banyumas berdasarkan jumlah pengunjung yang disajikan oleh tabel di bawah ini :

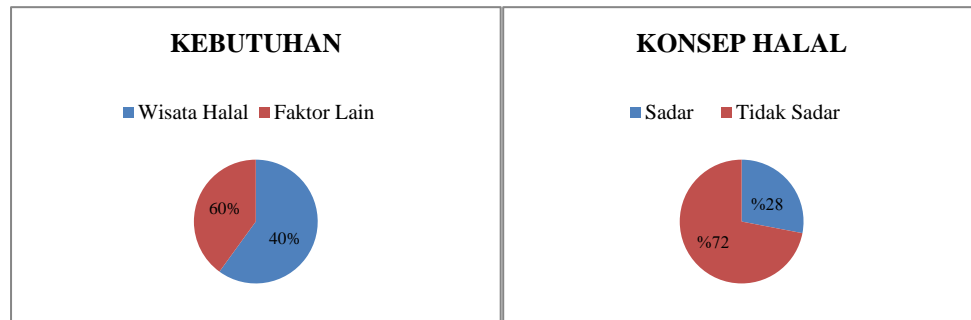
Tabel 1.1
Data Pengunjung Daya Tarik Wisata Buatan
Kabupaten Banyumas Tahun 2020

No	Wisata	Jumlah Pengunjung
1.	Taman Bale Kemambang	34.683
2.	Dream Land Water Park	24.140
3.	Kolam Renang Tirta Kembar	20.777
4.	Kolam Renang Tirta Alami Pancasan	19.806
5.	Taman Rekreasi Andhang Pangrenan	17.499
6.	The Forest Island	9.689
7.	Kolam Renang Karang Tirta	8.415
8.	Sentana	7.957
9.	THR Pangsar Soedirman	7.805
10.	Small World	6.134

Sumber: data sekunder yang diolah dari (Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2020)

The Forest Island terbilang masih cukup baru dibandingkan dengan wisata buatan yang lain. Destinasi ini dibangun pada tahun 2016 dan mulai beroperasi pada tahun 2018. Di awal tahun beroperasinya, wisata ini harus dihadapkan dengan pandemi Covid-19 yang berdampak pada penutupan sektor pariwisata. Namun dengan adanya hambatan tersebut tidak menyurutkan upaya pengembangan wisata ini. Dapat dibuktikan dengan tabel di atas yang menunjukkan bahwasannya destinasi ini mampu bersaing dengan menduduki peringkat ke enam wisata buatan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dalam hal ini, peneliti juga melakukan observasi pendahuluan dengan menyebarkan pra-kuesioner terhadap 25 pengunjung The Forest Island yang disajikan dalam diagram sebagai berikut:

Gambar 1.1
Grafik Hasil Observasi Pendahuluan



Sumber: Data Primer yang diolah

Data di atas menyatakan bahwa dari faktor kebutuhan, sebesar 40% wisatawan dalam proses keputusannya memilih objek wisata didorong oleh orientasi halal atau motivasi untuk mencari wisata yang dapat memenuhi kebutuhannya sebagai seorang muslim, seperti terjaminnya makanan halal, tersedianya fasilitas beribadah, serta kolam renang yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Sedangkan 60% wisatawan lainnya dalam pengambilan keputusan untuk mengunjungi objek wisata dipengaruhi oleh faktor lain, seperti untuk sekedar mengisi waktu luang, hiburan dan bersantai.

Selain kebutuhan, faktor pemahaman seseorang terhadap konsep halal akan suatu tempat juga menjadi penting sebagai penentu dalam keputusan berkunjung. Dari hasil observasi pendahuluan, sebesar 28% wisatawan memilih berkunjung ke objek wisata The Forest Island karena mereka sadar dan paham akan konsep syariah yang diterapkan, sehingga mereka yakin objek wisata tersebut dapat memenuhi kebutuhannya selama berada di dalam destinasi. Sedangkan sisanya sebesar 72% dari mereka tidak menyadari dan paham akan konsep halal yang ditawarkan dalam wisata tersebut.

Angka yang besar ini menjadi sebuah keprihatinan bahwa masih rendahnya tingkat kesadaran halal para pengunjung dalam upaya menerapkan gaya hidup halal. Tingkat pemahaman seseorang akan sebuah tempat seharusnya menjadi penting sehingga membuatnya cermat dalam menentukan keputusan berkunjung.

Selain itu, menurut data pra-kuesioner sebesar 80% pengunjung objek wisata The Forest Island menyatakan bahwa fasilitas kolam renang syariah menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Akan tetapi tersedianya fasilitas kolam renang syariah sebagai daya tarik ini belum memberikan suatu kesadaran bagi para pengunjungnya atas kebutuhan mereka sebagai wisatawan muslim yang dapat dilihat dari rendahnya tingkat pemahaman mereka terhadap konsep halal dalam sebuah destinasi wisata.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hervina dkk., (2021) kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Di sisi lain, Munir dkk., (2019) menunjukkan hal yang berbeda. Penelitian tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil temuan yang dijelaskan dalam jurnal Saputra dan Tresnati (2020) bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal, maka akan semakin tinggi keputusan pembelian wisata.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dkk., (2019) fasilitas dan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Namun, beberapa penelitian yang dilakukan oleh Mike Kusuma Dewi dkk (2020) dan Dedy dkk., (2021) menunjukkan bahwa fasilitas dan daya tarik mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini sesuai dengan hasil temuan yang dikemukakan oleh Rahmadayanti dan Muradlo (2020) bahwa semakin meningkatnya fasilitas dan daya tarik, maka semakin meningkat pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Dalam beberapa penelitian tersebut, ditemukan perbedaan hasil (*research gap*) serta fenomena gap yang menjadikan penelitian ini menarik untuk dilakukan guna menguji kembali bagaimana pengaruh tingkat kesadaran wisatawan, serta bagaimana fasilitas dan daya tarik yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi keputusan para wisatawan untuk lebih memilih berkunjung ke The Forest Island. Berdasarkan latar belakang, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penulisan dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Halal,**

Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, diidentifikasi terdapat beberapa masalah yang akan dibahas dalam proposal skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan?
3. Apakah daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan?
4. Apakah kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung wisatawan
 - b. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan
 - c. Mengetahui pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung wisatawan
 - d. Mengetahui pengaruh kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan memperkaya keilmuan bagi para pembaca, khususnya memberikan sumbangsih di dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kepariwisataan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi terkait topik yang sama bagi penelitian berikutnya.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman dan pengalaman bagi penulis terhadap permasalahan yang dihadapi secara nyata, serta dapat dijadikan sebagai tolak ukur daya serap perkuliahan yang berkaitan dengan kesadaran halal, fasilitas, serta daya tarik terhadap keputusan berkunjung.
- 2) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan masukan sebagai bentuk implementasi dalam menyusun strategi marketing guna memajukan objek wisata The Forest Island.
- 3) Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan sektor industri pariwisata.

D. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah pembaca dalam memahami pokok pembahasan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membagi sistematika penulisan ini menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan uraian mengenai identifikasi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi deskripsi konseptual atau teori yang dijadikan landasan dan digunakan sebagai acuan untuk melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai ruang lingkup, populasi, sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta alat analisis yang direncanakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian dan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, serta hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan rangkaian akhir dari penulisan yang berisi kesimpulan yang diperoleh melalui hasil penelitian dan saran untuk pengembangan studi lebih lanjut.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka bertujuan untuk menelaah teori-teori yang relevan terhadap objek yang sedang diteliti. Dalam penulisan skripsi, peneliti menggunakan berbagai referensi dari beberapa buku, skripsi, jurnal, dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam menggali informasi mengenai topik penelitian yang sedang dikaji. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan yang disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 2.1
Kajian Pustaka**

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	“Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung di Obyek Wisata Telaga Ngebel” (Anggraini dkk., 2019)	Variabel independen yaitu fasilitas dan daya tarik Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu harga tiket Objek penelitian yaitu pengunjung Telaga Ngebel Waktu dan tempat penelitian	Fasilitas dan daya tarik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Sedangkan harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
2.	“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang” (Dewi dkk., 2020)	Variabel independen yaitu daya tarik dan fasilitas Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu aksesibilitas Objek penelitian yaitu pengunjung Pantai Air Manis Kota Padang Tempat dan waktu penelitian	Daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
3.	“Pengaruh Efektivitas Media	Variabel independen	Variabel independen pada	Efektivitas media sosial, daya tarik,

	Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan” (Rahmadayanti dan Murtdlo, 2020)	yaitu daya tarik dan fasilitas Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	penelitian terdahulu yaitu efektivitas media dan harga tiket Objek penelitian yaitu wisatawan Curug Goa Jalmo Tempat dan waktu penelitian	harga tiket, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung
4.	“Pengaruh Brand Image dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang” (Dedy dkk., 2021)	Variabel independen yaitu daya tarik Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu brand image Objek penelitian yaitu pengunjung Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang Tempat dan waktu penelitian	Brand image dan daya tarik secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung
5.	“Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19” (Hervina dkk., 2021)	Variabel independen yaitu kesadaran halal	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu harga Variabel dependen pada penelitian terdahulu yaitu keputusan pembelian Objek penelitian yaitu pengguna Go-Food pada akun Go-Jek Tempat dan waktu penelitian	Kesadaran halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sedangkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kesadaran halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

6.	<p>“Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali” (Saputra dan Tresnati, 2020)</p>	<p>Variabel independen yaitu kesadaran halal</p>	<p>Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu pengetahuan produk halal Variabel dependen pada penelitian terdahulu yaitu keputusan pembelian Objek penelitian yaitu konsumen wisata halal di Bali Tempat dan waktu penelitian</p>	<p>Kesadaran halal dan pengetahuan produk halal secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian</p>
7.	<p>“Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura” (Munir dkk., 2019)</p>	<p>Variabel independen yaitu kesadaran halal</p>	<p>Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu pengetahuan halal dan label halal Variabel dependen pada penelitian terdahulu yaitu keputusan pembelian Objek penelitian yaitu konsumen dari empat Kabupaten di Pulau Madura Tempat dan waktu penelitian</p>	<p>Kesadaran halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan pengetahuan halal, kesadaran halal, dan label halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian</p>
8.	<p>“Tourism Elements Influence the Decision Making in Traveling to Visit Phra Pathom Chedi, Nakhon Pathom, Thailand” (Arpornpibal,</p>	<p>Variabel independen yaitu fasilitas dan daya tarik Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung</p>	<p>Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu aksesibilitas, aktivitas, dan akomodasi Objek penelitian yaitu pengunjung Phra Pathom</p>	<p>Daya tarik, aksesibilitas, aktivitas, akomodasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung</p>

	2018)		Chedi, Nakhon Pathom, Thailand Tempat dan waktu penelitian	
9.	“Determining Factors For Tourists Visiting Carocok Painan Beach” (Salfadri and Hadya, 2020)	Variabel independen yaitu fasilitas dan daya tarik Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu aksesibilitas Objek penelitian yaitu wisatawan pantai Carocok Painan Tempat dan waktu penelitian	Fasilitas, daya Tarik dan aksesibilitas secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung
10.	“Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru National Park, Kenya” (Ariya, Wishitemi and Sitati, 2017)	Variabel independen yaitu daya tarik Variabel dependen yaitu keputusan berkunjung	Variabel independen pada penelitian terdahulu yaitu atribut destinasi Objek penelitian yaitu pengunjung Taman Nasional Danau Nakuru Tempat dan waktu penelitian	Atribut dan daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti menemukan perbedaan hasil (*research gap*) dari penelitian yang dilakukan oleh Hervina dkk., (2021) bahwasannya variabel kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Di sisi lain, Munir dkk., (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dkk., (2019) juga ditemukan adanya perbedaan hasil, yaitu pada variabel fasilitas dan daya tarik yang tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh Mike Kusuma Dewi dkk (2020) dan Dedy dkk., (2021) menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

B. Kajian Teori

1. Teori Keputusan Pembelian Kotler dan Keller

Teori keputusan pembelian merupakan model dari perilaku konsumen, yaitu studi mengenai bagaimana seseorang dalam kegiatannya yaitu memilih, membeli, menggunakan, serta bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan. Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang terlibat secara langsung dalam upaya memperoleh, memilih dan menggunakan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan (Kotler dan Keller, 2009: 166).

Pada dasarnya, keputusan berkunjung erat kaitannya dengan perilaku seorang konsumen terhadap sebuah objek wisata. Untuk memahami perilaku konsumen, dapat dilihat melalui karakteristik dan kesadaran yang dimilikinya, sehingga menghasilkan sebuah proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 166) terdapat beberapa faktor yang mampu mempengaruhi perilaku seseorang dalam proses keputusan pembelian antara lain:

a. Faktor budaya

Budaya merupakan faktor dasar yang dapat mempengaruhi keinginan dan perilaku seseorang. Adapun budaya sendiri terdiri atas beberapa subbudaya meliputi, agama, ras, wilayah geografis dan kebangsaan.

b. Faktor sosial

Perilaku pembelian juga dipengaruhi oleh faktor sosial antara lain kelompok referensi, keluarga, status dan peran sosial.

c. Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang meliputi usia dan juga tahapan seorang pembeli dalam siklus hidupnya, pekerjaan dan kondisi ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang antara lain motivasi, persepsi, dan juga sikap.

Terdapat lima tahap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009: 184) antara lain :

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian terjadi karena seseorang menyadari kebutuhannya yang berasal dari rangsangan internal maupun eksternal. Dalam pengenalan masalah, terdapat sebuah proses yang melibatkan sikap, pengamatan, dan motif pembelian. Seorang konsumen memiliki kendali penuh terhadap dirinya sendiri dengan mencoba memahami apa yang menjadi kebutuhannya, sehingga akan membawanya ke dalam sebuah pilihan atau keputusan. Variabel kesadaran halal dapat dioperasionalkan dalam tahap ini. Apabila seorang konsumen paham dan sadar atas apa yang menjadi kebutuhannya selama melakukan perjalanan, seperti keyakinan mereka terhadap makanan halal, penyediaan fasilitas beribadah dan lain sebagainya, maka hal ini akan membawanya ke dalam sebuah keputusan dalam memilih destinasi wisata yang akan dikunjunginya.

b. Pencarian Informasi

Setiap sumber informasi memiliki fungsi dan pengaruh yang berbeda terhadap keputusan pembelian. Berikut merupakan sumber informasi yang dapat digunakan antara lain :

- 1) Pribadi, antara lain keluarga, teman, tetangga, dan rekan
- 2) Komersial, antara lain iklan, *website*, kemasan, tampilan, dan wiraniaga
- 3) Publik, antara lain media massa
- 4) Eksperimental, antara lain pemeriksaan, penanganan, pemakaian sebuah produk.

Setelah seorang konsumen mengenali kebutuhannya, dia akan tergerak dan berusaha mencari lebih banyak informasi mengenai sebuah produk. Variabel daya tarik dapat dioperasionalkan dalam tahap ini. Suatu destinasi akan menjadi tujuan apabila memiliki daya tarik yang baik. Seorang konsumen akan mencari informasi melalui berbagai media yang dapat membawanya ke dalam sebuah tempat yang menurutnya menarik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah tahap evaluasi atau pilihan terhadap suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun konsep dasar yang ada pada proses evaluasi antara lain usaha konsumen dalam memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen akan mencari manfaat yang bisa diambil dari suatu produk. Ketiga, melihat manfaat dari masing-masing produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Variabel fasilitas dapat dioperasionalkan dalam tahap ini. Seorang konsumen akan mencoba memberi perhatian besar terhadap atribut yang dapat memberikannya manfaat. Kemudian ia akan memilih, mengevaluasi, serta menentukan alternatif pilihan yang tersedia.

d. Keputusan Pembelian

Setelah tahap evaluasi, seorang konsumen akan lebih mudah dalam mengambil sebuah keputusan. Variabel keputusan berkunjung dioperasionalkan dalam tahap ini. Seorang wisatawan akan membentuk preferensi atas merk pada kumpulan pilihan yang ada, kemudian akan muncul niat untuk mengunjungi sebuah destinasi yang mereka sukai. Selanjutnya, konsumen akan menjumpai 5 sub keputusan untuk melaksanakan maksud pembelian yaitu, merek, kuantitas, waktu, penyalur, dan metode pembayaran.

e. Perilaku pasca pembelian

Terdapat kemungkinan konsumen akan mengalami sebuah konflik pasca pembelian karena menerima suatu informasi yang

mengkhawatirkan tentang suatu merk. Semakin besar kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kinerja, maka akan semakin besar juga ketidakpuasan yang mungkin terjadi (Kotler dan Keller, 2009: 190).

2. Pariwisata Halal

Pariwisata secara umum dapat didefinisikan menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang pariwisata yaitu kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai layanan dan fasilitas yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha serta pemerintah. Sedangkan Isdarmanto (2017: 6) menjelaskan bahwa pariwisata sebagai kegiatan yang sifatnya dinamis dengan melibatkan manusia secara individu atau kelompok, serta dapat menghidupkan berbagai bidang usaha. Dalam pengembangannya, pariwisata harus memiliki berbagai unsur di antaranya yaitu:

- a. Atraksi atau daya tarik wisata, seperti wisata alam dan buatan manusia.
- b. Fasilitas dan jasa pelayanan wisata, merupakan komponen yang menjamin tersedianya sarana dan prasarana yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.
- c. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk mencapai tempat tujuan wisata, seperti tersedianya sarana transportasi.
- d. Keramahtamahan, berupa ketersediaan orang-orang yang mengelola wisata.

Dalam perekonomian secara global, pariwisata memberikan sumbangsih yang positif. Salah satu pasar potensialnya yaitu wisata halal yang terdistribusi di negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim seperti Indonesia. Kata halal dapat dimaknai sebagai segala sesuatu yang diizinkan dan biasanya digunakan dalam pengertian sah. Wisata halal merupakan sebuah konsep pariwisata yang memberikan pelayanan serta

menyesuaikan gaya liburan dengan memenuhi kebutuhan para wisatawan muslim (Abrori, 2020: 34).

Konsep wisata halal banyak diterapkan di berbagai destinasi karena memiliki karakteristik berupa produk dan jasa yang bersifat universal. Berbeda dengan wisata konvensional, wisata halal tidak berkembang semata-mata hanya untuk memperoleh keuntungan yang sifatnya materialistik, tetapi juga bertujuan untuk memisahkan antara aspek yang sifatnya duniawi serta berusaha untuk mengutamakan aspek ukhrawi yang bernilai ibadah.

Ruang lingkup wisata halal memiliki berbagai macam istilah, di antaranya yaitu wisata religi, wisata syariah, dan wisata halal. Ketiganya ini memiliki perbedaan makna dan karakteristik. Wisata religi identik dengan wisata ziarah yang secara etimologi berarti kunjungan atau perjalanan muslim dari satu tempat ke tempat yang lain dan dalam jangka waktu tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan spiritualitas atau motivasi keagamaan. Kegiatannya mencakup ziarah, haji, umrah dan lain sebagainya (Abrori, 2020: 41).

Wisata Syariah lahir sebagai bentuk dari dampak tren ekonomi syariah yang memasuki berbagai aspek kehidupan manusia seperti makanan, perbankan, pakaian dan lain sebagainya (Surur, 2020: 41). Wisata syariah merupakan sebuah wisata yang didasarkan kepada penerapan nilai-nilai syariat Islam yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran beragama. Wisata ini memiliki beberapa kriteria umum, yang pertama yaitu berorientasi untuk kemaslahatan. Kedua, berorientasi pada pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari adanya kemusyrikan. Keempat, terbebas dari perbuatan maksiat. Kelima, menjaga kenyamanan serta keamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menjaga kearifan lokal dan menghormati nilai-nilai sosial budaya.

Wisata syariah kemudian mengalami pergeseran terminologi menjadi wisata halal. Konsep wisata yang dikembangkan oleh GMTI (*Global Muslim Travel Index*) mencoba menyesuaikan iklim wisata yang saat ini terus mengalami perkembangan di mana target pasarnya yaitu muslim dan non muslim (Surur, 2020: 42). Seperti yang disosialisasikan oleh Indonesia Halal Expo (Index) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 2013 di JIExpo (PRJ) Jakarta, bahwa wisata halal yaitu sebuah konsep baru dalam pariwisata yang tidak termasuk ke dalam umroh dan haji, melainkan pariwisata yang bertujuan untuk melayani liburan dengan menyesuaikan kebutuhan serta gaya liburan wisatawan muslim (Abrori, 2020: 43).

Menurut *Global Muslim Travel Index* (2016), wisata halal harus memenuhi kriteria yang dijadikan sebagai tolok ukur pembangunan wisata halal di antaranya yaitu:

- a. Destinasi Ramah Keluarga
 - 1) Destinasi wisata harus berorientasi ramah untuk keluarga
 - 2) Keamanan wisata secara umum dan keamanan untuk para wisatawan muslim
 - 3) Jumlah kunjungan wisatawan muslim
- b. Fasilitas dan Layanan Wisatawan Muslim
 - 1) Jaminan terhadap makanan halal
 - 2) Akses ibadah yang baik
 - 3) Pilihan akomodasi yang baik
- c. Kesadaran Halal
 - 1) Kebutuhan wisatawan muslim
 - 2) Kemudahan komunikasi
 - 3) Konektivitas udara
 - 4) Persyaratan visa

3. Kesadaran Halal

Kesadaran dapat diartikan sebagai kemampuan dalam memahami, merasakan, serta menyadari sebuah peristiwa dan objek (Aziz dan Chok, 2012). Kesadaran menggambarkan suatu kondisi di mana seseorang memiliki kendali penuh terhadap dirinya sendiri sehingga dapat membawanya ke dalam sebuah pilihan atau keputusan. Dalam Al-Qur'an dan Hadits, konsep halal dijelaskan sebagai segala sesuatu yang baik bagi tubuh, akal dan jiwa. Sedangkan yang menimbulkan bahaya untuk kesehatan badan, akal, dan jiwa, maka hukumnya adalah haram.

Menurut Nofianti dan Rofiqoh (2019), kesadaran halal diartikan sebagai tingkat kepehaman yang dimiliki umat Islam dalam upaya mengetahui masalah yang berkaitan dengan konsep halal. Kesadaran halal dikonseptualisasikan sebagai proses untuk mendapatkan sebuah informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran bagi seorang muslim, apa yang boleh untuk dimakan, diminum, serta digunakan (Ambali dan Bakar, 2012).

Kesadaran halal dalam konteks pariwisata merupakan pemahaman atas kehalalan sebuah tempat wisata dari pengunjung sehingga membuatnya cermat dalam menentukan keputusan berkunjung. Menurut Yunus dkk., (2014) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kesadaran halal antara lain:

- a. Pemahaman atau pengetahuan
- b. Sadar akan halal
- c. Kebersihan dan keamanan

4. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2006: 19) fasilitas adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Fasilitas berkaitan dengan ketersediaan sarana pendukung dan penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan seperti tempat beribadah, *rest area*, toilet, tempat parkir dan lain sebagainya yang dapat disesuaikan dengan kondisi destinasi dan kebutuhan para wisatawan.

Fasilitas yang bermacam-macam diperlukan mulai dari keberangkatan hingga kembali lagi ke tempat semula untuk memenuhi kebutuhan selama berwisata.

Wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat yang masih asing baginya untuk sementara waktu, sehingga seorang wisatawan sebelumnya harus mengetahui berbagai sarana dan prasarana yang ada sehingga dapat menunjang kegiatannya selama berwisata. Sarana dan prasarana yang perlu diketahui oleh wisatawan menurut Yoeti (2014: 184) antara lain:

- a. Fasilitas transportasi yang membawa wisatawan menuju daerah wisata
- b. Fasilitas akomodasi yaitu tempat tinggal sementara di lokasi tujuan wisata
- c. Fasilitas *catering service* yaitu pelayanan berupa makanan dan minuman
- d. Obyek dan atraksi wisata
- e. Aktivitas yang dapat dilakukan di tempat rekreasi
- f. Fasilitas perbelanjaan untuk membeli barang seperti souvenir

Fasilitas dalam objek wisata dibagi ke dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut :

- a. Fasilitas primer yang berfungsi sebagai daya tarik utama dalam sebuah wisata
- b. Fasilitas penunjang yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan selama berada dalam sebuah destinasi. Fasilitas penunjang ini kemudian dibagi menjadi dua antara lain:
 - 1) Fasilitas sekunder berupa bangunan sebagai kebutuhan utama seperti, penginapan, rumah makan, dan pusat cinderamata
 - 2) Fasilitas kondisional berupa bangunan yang dapat dimanfaatkan baik oleh wisatawan maupun warga setempat berupa masjid, toilet umum dan area parkir.

Menurut Sumayang (2003), terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyediaan fasilitas yaitu:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan merupakan keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya serta didukung dengan kebersihan serta kerapian ketika fasilitas tersebut digunakan
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan dapat berfungsi dengan baik serta tidak terdapat kerusakan
- 3) Kemudahan dalam penggunaan fasilitas yaitu yang dapat dengan mudah digunakan serta familiar oleh konsumen.

5. Daya Tarik

Menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai berupa kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan para wisatawan (Dewi dkk., 2020). Daya tarik sebagai produk dalam pariwisata merupakan unsur yang dapat membentuk sebuah daerah menjadi destinasi wisata, karena mempunyai kekuatan tersendiri yang dapat memunculkan motivasi sehingga dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan. Setiap wisata mempunyai daya tarik yang berbeda sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Isdarmanto (2017: 14) menjelaskan jenis-jenis daya tarik yaitu sebagai berikut:

a. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*)

Yaitu berbagai bentuk daya tarik yang ada di alam seperti gunung, danau, laut, air terjun, sungai, hutan, lembah dan bukit

b. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attraction*)

Yaitu wisata budaya seperti upacara adat, wayang, tarian, dan lagu. Selain itu ada daya tarik hasil dari karya cipta seperti lukisan, bangunan, ukiran, pahat.

Menurut *Global Muslim Travel Index* (2019) persyaratan daya tarik yang harus terpenuhi dalam wisata halal mencakup :

a. *Need to Have*

Berhubungan dengan kebutuhan dasar yang harus terpenuhi seperti tersedianya makanan yang terjamin kehalalannya, fasilitas ibadah, dan toilet dengan ketersediaan air yang cukup.

b. *Good to Have*

Berkaitan dengan pengembangan destinasi wisata yang sifatnya sekunder seperti kepedulian sosial, paket ramadhan dan pengalaman muslim lokal objek dan wawasan mengenai Islam.

c. *Nice to Have*

Aspek ini dapat memberikan keuntungan terhadap wisatawan seperti perlindungan terhadap privasi, sebagai contoh pemisahan ruang antara pria dan wanita di berbagai fasilitas seperti kolam renang, olahraga, spa, dan salon (Surur, 2020: 75).

Menurut Yoeti (2014: 178) sebuah objek wisata dapat diminati pengunjung apabila destinasi tersebut memenuhi tiga kriteria sebagai berikut:

- a. *Something to see*, merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh wisatawan. Dengan kata lain, di dalam objek wisata tersebut harus ada daya tarik yang mampu memberikan hiburan bagi para wisatawan berupa pemandangan alam, pertunjukan, kesenian, atraksi dan sebagainya.
- b. *Something to do*, merupakan segala sesuatu yang dapat menimbulkan aktivitas dalam berwisata, berupa penyediaan fasilitas guna memberikan pengalaman kepada pengunjung agar mereka merasa nyaman untuk tinggal lebih lama di sebuah tempat.
- c. *Something to buy*, merupakan segala sesuatu yang dapat dibeli dapat berupa *icon* destinasi tersebut, souvenir, oleh-oleh dan lain sebagainya.

6. Keputusan Berkunjung

Keputusan yaitu hasil dari proses dalam memilih suatu pilihan di antara beberapa alternatif yang ada (Diana, 2018: 1). Pada dasarnya keputusan berkunjung merupakan konteks pariwisata yang merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen. Dapat dirumuskan bahwa keputusan berkunjung merupakan sebuah proses dalam melakukan penilaian dan memilih sebuah alternatif yang diperlukan berdasarkan pada pertimbangan tertentu (Rahmadayanti dan Murtadlo, 2020). Keputusan berkunjung merupakan sebuah keputusan seseorang melakukan perjalanan wisata untuk berlibur. Dorongan untuk melakukan sebuah perjalanan dapat dipengaruhi oleh motif tertentu. Beberapa hal yang dapat menjadi motivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata antara lain:

a. *Physical Motivation*

Motivasi ini berhubungan dengan keinginan seseorang untuk bersantai, istirahat, berolahraga, serta memulihkan kondisi fisik.

b. *Cultural Motivation*

Hal ini erat kaitannya dengan alasan seseorang melakukan perjalanan wisata untuk bisa melihat dan mengamati negara lain dengan mempelajari budaya, adat istiadat, karakteristik penduduknya dan lain-lain.

c. *Interpersonal Motivation*

Secara singkat motivasi ini timbul karena adanya dorongan untuk keluar dari kesibukan aktivitas sehari-hari dan menghindari lingkungan kerja dengan mengunjungi keluarga maupun mencari teman dan pengalaman baru.

d. *Status dan prestige Motivation*

Motivasi ini berkaitan dengan keinginan seseorang untuk menunjukkan status, kedudukan demi *prestige* pribadinya. Sifat dalam perjalanan di sini begitu emosional dan berhubungan dengan

hobi, perjalanan bisnis, dinas, profesi, pendidikan dan lain sebagainya (Suryadana dan Octavia, 2020: 75).

Semua hal yang berkaitan dengan wisata diperlukan adanya pengetahuan dan informasi mengenai sebuah destinasi yang kemudian akan sangat mempengaruhi terhadap keputusan yang akan diambil dari beberapa alternatif pilihan yang tersedia. Menurut Pitana (2005) beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan berwisata antara lain :

- a. Karakteristik wisatawan, yaitu karakteristik sosial dan ekonomi (usia, pendapatan, pendidikan dan pengalaman), maupun karakteristik perilaku yaitu sikap, motivasi dan nilai yang dianutnya
- b. Kesadaran terhadap manfaat dari sebuah perjalanan, pengetahuan atau informasi yang diterima mengenai destinasi yang hendak dikunjungi, citra destinasi
- c. Gambaran perjalanan, meliputi jarak, lamanya tinggal, kendala waktu dan biaya, resiko, serta tingkat kepercayaan pada biro perjalanan wisata
- d. Keunggulan daerah wisata, meliputi atraksi yang ditawarkan, kualitas pelayanan, lingkungan fisik, aksesibilitas, dan keramahan atau perilaku masyarakat lokal.

Sedangkan menurut Isdarmanto (2017: 71) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kedatangan wisatawan dalam proses keputusan berwisata antara lain:

- a. Irrasional (dorongan yang berasal dari bawah sadar)
 - 1) Lingkup pergaulan dan ikatan keluarga
 - 2) Tingkah laku
 - 3) Tiruan dan mode
 - 4) Pengaguman pribadi (dalam pola tingkah laku)
 - 5) Perasaan-perasaan keagamaan
 - 6) Hubungan dengan masyarakat dan promosi pariwisata

- 7) Iklan dan informasi pariwisata
 - 8) Kondisi ekonomi (faktor pendapatan dan biaya)
- b. Rasional (dorongan yang disadari)
- 1) Sumber-sumber wisata yaitu aset wisata berupa alam, warisan budaya
 - 2) Fasilitas wisata (pengorganisasian industri pariwisata, transportasi)
 - 3) Kondisi lingkungan masyarakat setempat terhadap orang asing (keramahtamahan, mudah bergaul)
 - 4) Susunan kependudukan (umur, jenis kelamin, urbanisasi)
 - 5) Situasi politik (kestabilannya, tingkat kebebasan warganya)
 - 6) Keadaan geografis (jarak dari negara pasaran sumber wisata)

Proses keputusan berkunjung dalam pariwisata merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen. Suryadana dan Octavia (2020: 76) mengadaptasi lima tahap dalam proses keputusan pembelian ke dalam keputusan berkunjung yang dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses berkunjung terjadi ketika seorang wisatawan menyadari kebutuhannya. Kebutuhan berwisata dapat timbul melalui rangsangan internal yang dapat disebabkan oleh padatnya aktivitas sehari-hari. Selain itu juga dapat disebabkan oleh rangsangan eksternal seperti pengaruh pemasaran.

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi akan dilakukan setelah seorang wisatawan mengenali kebutuhannya dan memandang bahwa kebutuhan tersebut dapat terpenuhi ketika mereka berkunjung ke sebuah tempat yang diinginkan. Seseorang akan berusaha mencari lebih banyak informasi mengenai suatu destinasi wisata melalui informasi yang tersimpan dalam ingatannya (internal) maupun informasi yang berasal dari luar (eksternal) dengan bertanya kepada lingkungan

sekitar seperti teman, saudara atau *travel agency* maupun dengan membaca majalah, melihat iklan dan alat promosi yang lainnya.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahap keputusan berkunjung di mana calon wisatawan menggunakan informasi sebagai proses evaluasi dalam beberapa pilihan yang tersedia. Proses ini bergantung pada pribadi calon wisatawan sendiri. Dalam hal ini, pemasar harus dapat mempengaruhi keputusan berkunjung dengan mempelajari cara mereka dalam mengevaluasi pilihan merk.

d. Keputusan Berkunjung

Setelah tahap evaluasi, calon wisatawan akan membentuk preferensi atas merk-merk yang terdapat pada kumpulan pilihan yang selanjutnya akan muncul niat untuk mengunjungi sebuah destinasi yang mereka sukai.

e. Perilaku Pasca Berkunjung

Setelah keputusan berkunjung, seorang wisatawan akan mendapatkan pengalaman setelah kunjungan itu dilakukan berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan. Apabila ekspektasinya tidak terpenuhi mereka akan merasa kecewa. Jika ekspektasinya terpenuhi, maka mereka akan merasa puas dan ada kemungkinan untuk mengunjunginya kembali serta merekomendasikan kepada orang lain (Suryadana dan Octavia, 2020: 78).

C. Landasan Teologis

Pariwisata diartikan sebagai suatu aktivitas atau perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok orang dengan tujuan tertentu. Berbagai ayat dalam Al-Qur'an menunjukkan pujian terhadap usaha perekonomian yang sehat, mencari penghasilan dengan usaha yang halal sangat dianjurkan dalam Islam. Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *"Apabila salat telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung"*.

Ayat ini menerangkan bahwa umat Islam diperbolehkan bertebaran di muka bumi untuk melakukan urusan duniawi, serta memberikan motivasi agar berusaha mencari penghasilan dengan cara yang halal dan baik dengan melakukan perjalanan ke berbagai penjuru dunia. Melalui kegiatan perjalanan ini, manusia dianjurkan agar selalu mengingat Allah sebanyak-banyaknya dengan menghindari kecurangan, penyelewengan, dan lain-lainnya. Pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan ekonomi masyarakat yang diperbolehkan dalam Islam, selagi tidak melanggar batas halal-haram dan prakteknya harus sesuai dengan ajaran Islam.

Islam memandang bahwa pariwisata merupakan suatu kunjungan atau perjalanan yang dianjurkan bagi setiap muslim agar bisa mengambil sebuah pelajaran dan senantiasa bersyukur atas segala nikmat untuk mengagumi ciptaan Allah SWT. Salah satu ayat yang membahas mengenai perjalanan atau kunjungan untuk berwisata yaitu surah Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاجِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: *"Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan"*.

Ayat ini menerangkan bahwa manusia mendapat perintah dari Allah agar berjalan di permukaan bumi untuk mengenali baik tempat, penghuni, manusia, hewan serta tumbuhannya. Manusia tidak hanya diberi udara, tumbuhan, hewan, dan cuaca yang menyenangkan, tetapi juga diberi perlengkapan dan kenyamanan untuk mencari rezeki di bumi dengan segala yang ada di atasnya maupun yang terkandung di dalamnya. Kemudian Allah memberi perintah agar mereka berjalan di muka bumi, untuk memperhatikan bagaimana keindahan alam yang ada dan berusaha untuk mengolahnya,

berdagang, beternak, bercocok tanam serta mencari rezeki yang halal. Sebab, semua yang sudah disediakan oleh Allah harus diolah dan diusahakan terlebih dahulu sebelum dimanfaatkan untuk keperluan hidup manusia.

Kesadaran halal memiliki peran penting terhadap niat seseorang baik dalam membeli, mengkonsumsi, maupun menggunakan sesuatu. Pariwisata diharapkan dapat menjadi media kesadaran, ketakwaan, dan keimanan serta mencapai nilai-nilai kehidupan yang tinggi dengan tetap memperhatikan halal haram dari berbagai aspek seperti makanan. Hal tersebut sesuai firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *"Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata".*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menyeru manusia memakan makanan yang baik yang ada di bumi, yaitu planet tempat tinggal semua jenis makhluk hidup seperti manusia, binatang, tumbuhan dan lain sebagainya. Fasilitas merupakan ketersediaan sarana pendukung dan penunjang yang diperlukan oleh wisatawan. Al-Qur'an menjelaskan terkait sarana dan prasarana dalam surah An-Nahl ayat 68 sebagai berikut :

وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنْ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ

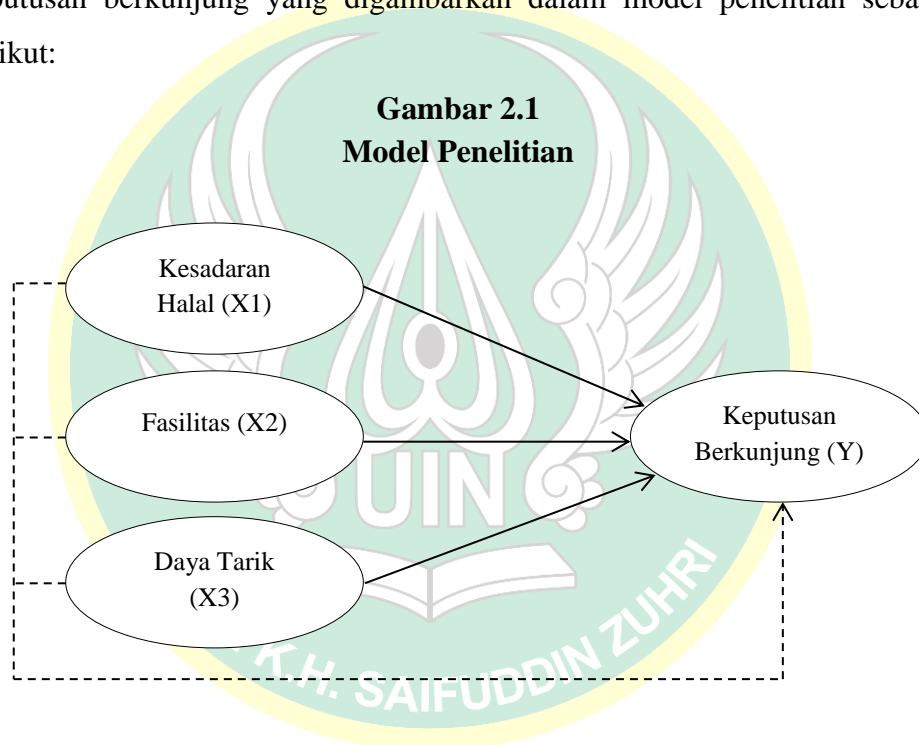
Artinya: *"Dan Tuhanmu mengilhamkan kepada lebah, "Buatlah sarang-sarang di pegunungan, pepohonan, dan bangunan yang dibuat oleh manusia".*

Ayat tersebut menjelaskan bahwasannya lebah dapat menjadi media berfikir agar kita mengenal tanda kebesaran Allah SWT. Allah memberikan kemudahan habitat makanan lebah termasuk kemudahan dalam membuat sarang di gunung, celah-celah pepohonan, maupun sudut rumah manusia. Allah juga memberi arahan agar lebah itu merenovasi rumahnya. Sarana dan

prasarana memiliki peranan penting untuk menunjang berbagai kebutuhan manusia sebagai bekal dalam beribadah yang pada akhirnya dapat meningkatkan keimanan dan ketakwaan seorang hamba kepada Allah SWT (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2021).

D. Model Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, agar mempermudah dalam memahami penelitian maka dapat ditarik kerangka pemikiran mengenai hubungan antara variabel kesadaran halal, fasilitas dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung yang digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



Keterangan :

—————> : menunjukkan pengaruh secara parsial

-----> : menunjukkan pengaruh secara simultan

Kerangka di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu kesadaran halal (X_1), fasilitas (X_2), dan daya tarik (X_3). Sedangkan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y). Ketiga variabel

independen ini berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung.

E. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Berkunjung

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman yang dimiliki umat Islam dalam upaya mengetahui masalah yang berkaitan dengan konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019). Kesadaran halal dapat dikonseptualisasikan sebagai proses untuk mendapatkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran bagi seorang muslim terhadap apa yang diperbolehkan untuk dimakan, diminum, serta digunakan (Ambali dan Bakar, 2012). Dalam konteks jasa terutama bidang pariwisata, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal merupakan pemahaman akan kehalalan sebuah tempat sehingga membuatnya cermat dalam menentukan keputusan berkunjung. Dalam buku Abrori (2020: 36) juga disebutkan bahwa kesadaran halal dijadikan sebagai salah satu kriteria wisata halal perspektif GMTI dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, sehingga menjadi penting dalam proses penentuan keputusan berkunjung.

Dalam jurnal Saputra dan Tresnati (2020) menunjukkan adanya pengaruh antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian wisata. Hal ini berarti apabila semakin tinggi tingkat kesadaran halal seseorang, maka semakin tinggi keputusan pembelian wisata. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kesadaran halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Fasilitas menurut Tjiptono (2006: 19) adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum sebuah jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Salah satu hal terpenting dalam pengembangan pariwisata adalah fasilitas (kemudahan). Banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke suatu tempat karena memberikan kemudahan yang dapat diperoleh melalui fasilitas (Sammeng, 2001: 39). Fasilitas wisata yaitu

segala sesuatu yang dapat digunakan dan dinikmati wisatawan untuk menunjang kebutuhan selama berada di dalam suatu destinasi. Menurut Isdarmanto (2017: 71) fasilitas wisata merupakan salah satu faktor rasional yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam berwisata.

Temuan yang dikemukakan oleh Rahmadayanti dan Murtadlo (2020) menyatakan bahwa semakin meningkatnya fasilitas, maka semakin meningkat juga keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Keputusan dalam menggunakan jasa akan semakin meningkat disebabkan adanya ketertarikan konsumen terhadap fasilitas yang tersedia. Hal ini didukung penelitian Dewi dkk., (2020) yang menyatakan bahwasannya fasilitas berpengaruh terhadap keputusan seseorang berkunjung. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

3. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung

Menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, nilai berupa kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan para wisatawan (Dewi dkk., 2020). Pada umumnya setiap orang dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh seberapa jauh calon wisatawan mengenal atau mengetahui daya tarik wisata atau informasi yang ia baca (Yoeti, 2008: 130). Menurut Isdarmanto (2017: 15) daya tarik merupakan salah satu komponen dalam produk wisata, karena mempunyai kekuatan yang dapat menghadirkan motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Semakin baik daya tarik dalam sebuah objek wisata, akan semakin baik pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan (Dewi dkk., 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian Dedy dkk., (2021) yang menyatakan bahwa daya tarik memiliki pengaruh terhadap keputusan

berkunjung. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

- d. Pengaruh kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung

Kesadaran halal ialah tingkat pemahaman yang dimiliki umat Islam dalam rangka mengetahui masalah terkait konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019). Pentingnya tingkat pemahaman seseorang akan sebuah tempat dapat mempengaruhi kecermatan seseorang dalam menentukan keputusan berkunjung. Dalam pengembangan pariwisata, fasilitas merupakan salah satu faktor terpenting. Banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke suatu tempat karena memperoleh kemudahan-kemudahan melalui fasilitas (Sammeng, 2001: 39). Oleh karena itu, keputusan seseorang dalam menggunakan jasa akan semakin meningkat disebabkan adanya ketertarikan konsumen terhadap fasilitas yang tersedia.

Selain fasilitas, daya tarik merupakan komponen dalam produk wisata. Adapun pengertian daya tarik menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, nilai berupa kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan para wisatawan. Semakin baik daya tarik dalam sebuah objek wisata, akan semakin baik pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan (Dewi dkk., 2020).

Pada dasarnya keputusan berkunjung merujuk pada konsep keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009: 168) keputusan pembelian termasuk ke dalam bagian dari perilaku konsumen yaitu tindakan yang terlibat secara langsung dalam upaya memperoleh, memilih dan menggunakan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Terdapat lima tahap dalam keputusan berkunjung diantaranya yaitu

pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berkunjung, serta perilaku purna kunjung (Kotler dan Keller, 2009: 184).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Saputra dan Tresnati (2020) menunjukkan variabel kesadaran halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian wisata. Penelitian oleh Dewi dkk., (2020) menyatakan bahwa fasilitas dan daya tarik juga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020: 16) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian dalam mengumpulkan data, analisis datanya bersifat kuantitatif/statistik, serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian hubungan kausal di mana terdapat variabel bebas dan terikat sehingga dapat diketahui hubungan sebab akibatnya (Sugiyono, 2020: 66). Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan berkunjung.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah objek wisata The Forest Island Purwokerto yang terletak di Jalan Raya Baturraden Km. 6, Dusun I Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Alasan pemilihan lokasi ini karena obyek wisata The Forest Island Purwokerto relevan terhadap permasalahan yang dikaji serta memiliki ketersediaan dan juga informasi yang diperlukan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2021 dan akan selesai pada bulan September 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek dengan kuantitas dan ciri tertentu (Sugiyono, 2020: 126).

Populasi pada penelitian ini yaitu wisatawan The Forest Island Purwokerto.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota atau elemen (Ghozali, 2020: 133). Proses sampling bertujuan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi untuk ditarik sebuah kesimpulan. Agar dapat dipertanggungjawabkan, maka sampel yang diambil haruslah representatif.

Menurut Sugiyono (2020: 136) terdapat dua kemungkinan populasi dalam sebuah penelitian yaitu diketahui jumlahnya (*finit*) dan tidak diketahui jumlahnya (*infinit*). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini terbatas atau tidak diketahui secara pasti, maka untuk menentukan besarnya sampel menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut (Lemeshow dan David, 1997: 2) :

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan pada $\alpha = 5\%$ (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

P = Estimasi proporsi populasi

d = Interval/penyimpangan

Perhitungan :

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan minimal sebanyak 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti ialah *non probability sampling* di mana tidak ada kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel bagi semua elemen dalam populasi (Ghozali, 2020: 140). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan memerlukan pertimbangan tertentu dalam menggunakan sampel (Sugiyono, 2020: 133). Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yaitu responden berusia minimal 17 tahun dan pernah mengunjungi objek wisata The Forest Island minimal satu kali.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu berupa nilai, objek, atribut dan lain sebagainya yang ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sudaryono, 2021: 30). Pada penelitian ini, terdapat empat variabel yaitu kesadaran halal, fasilitas, daya tarik dan keputusan berkunjung. Variabel tersebut dibagi menjadi variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas ialah variabel yang menjadi pengaruh atau penyebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Indra dan Cahyaningrum, 2019: 3). Variabel ini dilambangkan dengan X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kesadaran halal (X1), fasilitas (X2), dan daya tarik (X3).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat adanya variabel bebas (Indra dan Cahyaningrum, 2019: 3). Variabel ini dilambangkan dengan Y. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y).

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kesadaran Halal (X1)	Kesadaran halal adalah tingkat kepehaman yang dimiliki oleh umat Islam dalam upaya mengetahui masalah yang berkaitan dengan konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019).	1) Pemahaman atau pengetahuan 2) Sadar akan halal 3) Kebersihan dan keamanan (Yunus dkk., 2014)
2.	Fasilitas (X2)	Fasilitas menurut Tjiptono, (2006: 19) adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen.	1) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas 2) Kondisi dan fungsi fasilitas 3) Kemudahan (Sumayang, 2003)
3.	Daya Tarik (X3)	Menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, nilai berupa kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan para wisatawan (Dewi dkk., 2020).	1) <i>Something to see</i> 2) <i>Something to do</i> 3) <i>Something to buy</i> (Yoeti, 2014: 178)
4.	Keputusan Berkunjung (Y)	Pada dasarnya keputusan berkunjung merujuk pada konsep keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009: 168) keputusan pembelian termasuk ke dalam bagian dari perilaku konsumen yaitu tindakan yang terlibat secara langsung dalam upaya memperoleh, memilih dan menggunakan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan.	1) Pengenalan kebutuhan 2) Pencarian informasi 3) Evaluasi alternatif 4) Kunjungan 5) Perilaku purna kunjung (Kotler dan Keller, 2009: 184)

Sumber: Data sekunder yang diolah

E. Pengumpulan Data Penelitian

a. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Metode kuesioner/angket adalah teknik dalam pengumpulan data dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden (Sugiyono, 2020: 199). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk pengumpulan kuesioner/angket yaitu skala likert. Skala ini berfungsi sebagai pengukur tanggapan atau respon seseorang tentang obyek sosial (Suliyanto, 2011: 10). Adapun alternatif jawaban yang digunakan yaitu dengan memberikan skor sebagai berikut (Ghozali, 2020: 111):

- a) Sangat setuju (SS) dengan skor 5
- b) Setuju (S) dengan skor 4
- c) Netral (N) dengan skor 3
- d) Tidak setuju (TS) dengan skor 2
- e) Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1

2. Observasi

Metode observasi merupakan sebuah teknik yang dilakukan apabila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam serta responden yang akan diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2020: 203). Observasi dilakukan untuk mengamati, melihat, dan mencermati secara langsung bagaimana proses keputusan berkunjung yang dilakukan oleh wisatawan The Forest Island Purwokerto.

b. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder yaitu:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui interaksi langsung antara sumber dan pengumpul data (Wibisono, 2003). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui

observasi pendahuluan, serta penyebaran kuisisioner/angket kepada pengunjung wisata The Forest Island Purwokerto.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sebuah data yang sebelumnya diperoleh pihak lain dan dikumpulkan dari berbagai sumber tercetak (Wibisono, 2003). Data sekunder dari penelitian ini berupa data kunjungan daya tarik wisata buatan Kabupaten Banyumas tahun 2020, data yang diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, buku, jurnal, dan artikel dari internet.

F. Analisis Data Penelitian

Untuk mengolah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner/angket, penelitian ini menggunakan teknik analisis data melalui uji statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2011: 363). Pada dasarnya, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Kuesioner riset dapat dikatakan sah atau valid apabila instrumen yang terdapat dalam kuesioner tersebut mampu untuk mengukur besarnya nilai variabel yang sedang diteliti.

Kriteria pada uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dan r -tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ yaitu jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Keputusan dalam sebuah pertanyaan dapat dikatakan sah atau valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel begitu juga sebaliknya (Suliyanto, 2006: 149).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner (Ghozali, 2020: 147). Suatu

pengukuran dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik apabila hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama (Suliyanto, 2006: 149). Tingkat reliabilitas dapat dilihat melalui angka yang terdapat dalam tabel *cronbach's alpha*. Apabila nilainya lebih dari 0,6 (*cronbach's alpha* > 0,6) maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat uji statistik dalam analisis regresi linear yang terlebih dahulu harus dipenuhi. Penelitian ini menggunakan data primer sehingga hanya memerlukan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mendeteksi normal atau tidaknya variabel dependen, independen, maupun keduanya. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau mendekati normal (Ma'sumah, 2019). Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed), apabila tingkat signifikansi > 0,05 atau $K_{hitung} < K_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal (Suliyanto, 2011: 69).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas yang terbentuk dalam suatu model regresi. Jika di antara variabel bebas terdapat korelasi yang tinggi, maka model regresi tersebut dapat dikatakan mengandung gejala multikolinier. Model regresi yang baik yaitu tidak adanya masalah multikolinearitas.

Untuk mengetahui atau mendeteksi apakah terdapat gejala multikolinearitas kita dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan TOL (*Tolerance*) dari masing-masing variabel bebas

terhadap variabel terikat. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan TOL lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Semakin kecil nilai TOL dan semakin besar nilai VIF akan semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas (Suliyanto, 2011: 81).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan nilai varian dari residual dalam sebuah model regresi. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut dengan homoskedastisitas. Varian dari residual pada model regresi yang memiliki nilai sama (konstan) disebut dengan homoskedastisitas. Sedangkan varian dari residual pada model regresi yang memiliki nilai berbeda disebut heteroskedastisitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Glejser, yaitu uji yang dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual dengan variable independen. Suatu model regresi yang tidak mengandung heteroskedastisitas yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi variable independen lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05) (Suliyanto, 2011: 95).

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan mengetahui linier atau tidaknya model yang dibuktikan. Hasil uji linieritas merupakan informasi apakah model empiris yang digunakan sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik. Ada beberapa metode analisis grafik dan statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi baik atau tidaknya penggunaan persamaan linier. Metode statistik yang dipakai dalam uji linieritas ini adalah metode analisis grafik yaitu dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Jika nilai-nilai tersebut acak atau tidak

membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar di sekitar angka nol, maka asumsi linearitas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 145).

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dikarenakan variabel bebasnya terdiri dari beberapa variabel. Variabel tergantung pada regresi berganda dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel sehingga analisis dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel kesadaran halal (X_1), fasilitas (X_2), dan daya tarik (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y). Untuk mengetahui pengaruh antar variabel tersebut digunakan rumus sebagai berikut (Suliyanto, 2011: 54) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Keputusan berkunjung

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari kesadaran halal

b_2 : Koefisien regresi dari fasilitas

b_3 : Koefisien regresi dari daya tarik

X_1 : Kesadaran halal

X_2 : Fasilitas

X_3 : Daya Tarik

ε : Nilai residu

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Suatu variabel memiliki pengaruh apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) (Suliyanto, 2011: 56). Berikut ini merupakan hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- 1) H_1 = Kesadaran Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
- 2) H_2 = Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
- 3) H_3 = Daya Tarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu dengan melihat kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka terbukti bahwa terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Hipotesis ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka terbukti bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Untuk menentukan nilai dari t_{tabel} dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

α = nilai probabilitas (0,05)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

c. Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Untuk mengambil kesimpulan apakah secara simultan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, maka perlu melihat nilai F hitung dan F tabel. Untuk menentukan nilai dari f_{tabel} dapat menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$f_{\text{tabel}} = \alpha ; (k ; n-k-1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Hipotesis penelitian yang digunakan dalam uji simultan yaitu sebagai berikut :

- 1) H_4 = Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji f yaitu dengan melihat kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima apabila nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka terbukti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y.
 - 2) Hipotesis diterima apabila $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka terbukti bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y (Suliyanto, 2011: 62).
- d. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi ialah sebuah ukuran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara variabel bebas dengan variabel terikat. *Adjusted R Square* merupakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan untuk mengurangi bias yang terjadi, sehingga dapat berpengaruh terhadap naik turunnya nilai yang telah disesuaikan akibat dari penambahan variabel maupun ukuran sampel yang baru. Nilai *Adjusted R Square* selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka tersebut bisa saja mempunyai angka negatif (Suliyanto, 2011: 59).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Objek Wisata The Forest Island

Objek wisata The Forest Island secara administratif terletak di Jalan Raya Baturraden Km. 6, Dusun I Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Tahap pembangunannya kurang lebih selama dua tahun yaitu pada tanggal 20 April 2016 dan mulai beroperasi pada tanggal 20 April 2018. Wisata ini merupakan anak cabang dari objek wisata Dreamland yang berlokasi di Ajibarang dengan pemiliknya yaitu Bapak Wastam. Beliau mengembangkan beberapa bisnis di bidang pariwisata, namun didirikannya objek wisata ini memang bertujuan untuk membuat sebuah gebrakan baru yang membedakannya dengan objek wisata lain di Kabupaten Banyumas yaitu dengan mengusung konsep wisata halal.

Nama The Forest Island yang berarti pulau hutan diambil karena wisata ini menyajikan hutan buatan dengan pepohonan rindang yang menjadikan suasana wisata ini asri. Wisata ini merupakan wisata buatan yang sangat cocok untuk tujuan wisata keluarga, sekolah, maupun instansi karena memiliki berbagai wahana yang dapat dicoba oleh semua kalangan usia, serta memiliki banyak spot foto yang menarik untuk diabadikan. Salah satu fasilitas yang ditonjolkan dari wisata ini yaitu kolam renang khusus wanita atau muslimah yang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjungnya. Konsep dari kolam renang syariah ini yaitu *indoor*, sehingga pengunjung laki-laki dilarang masuk ke dalam area tersebut agar pengunjung wanita bisa merasa aman dan lebih leluasa berenang karena berada di tempat yang tertutup dan tidak perlu lagi merasa khawatir akan terlihat auratnya di depan umum.

Harga tiket wisata ini cukup terjangkau yaitu pada hari Senin-Kamis sebesar Rp. 10.000,00 dan pada hari Sabtu-Minggu sebesar Rp. 15.000,00. Anak di atas usia 3 tahun akan dikenakan tiket masuk. Selain

itu, wisata ini memberikan tiket gratis bagi anak-anak yatim piatu, panti asuhan, dan pondok pesantren dengan melakukan konfirmasi sebelum pada hari melakukan kunjungan wisata. The Forest Island buka setiap hari Senin-Minggu, kecuali hari jum'at. Objek wisata ini juga mengadakan berbagai macam hiburan dan kegiatan seperti pertunjukan dinosaurus, live musik, kentongan, lomba menggambar, dan lain sebagainya untuk menarik minat para wisatawan agar semakin banyak yang berkunjung.

2. Fasilitas Objek Wisata The Forest Island

a. Fasilitas Utama

- 1) Kolam renang umum
- 2) Kolam renang syariah
- 3) Kolam renang anak
- 4) *Food court/halal cafe*
- 5) Hutan buatan
- 6) Danau buatan
- 7) Taman bunga
- 8) Taman anggur dan margasatwa
- 9) Kolam terapi ikan
- 10) Gedung pertemuan

b. Fasilitas Pendukung

- 1) Mushola
- 2) Tempat wudhu
- 3) Kamar mandi
- 4) Ruang bilas
- 5) Gazebo
- 6) Rest area
- 7) Penyewaan alat
- 8) Area parkir
- 9) Hiburan

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung objek wisata The Forest Island Purwokerto yang minimal berusia 17 tahun. Berdasarkan hasil perhitungan penentuan sampel dengan rumus Lemeshow, diperoleh angka 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden penelitian, maka diperoleh hasil respondensinya sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian yang dilakukan terhadap wisatawan The Forest Island diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	17-19 tahun	16	16%
2.	20-22 tahun	64	64%
3.	23-25 tahun	13	13%
4.	> 25 tahun	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel tersebut, dari 100 responden dapat diketahui bahwa pada kelompok usia 17-19 tahun dengan tingkat presentase sebesar 16% atau berjumlah 16 responden, usia 20-22 tahun dengan tingkat presentase sebesar 64% atau berjumlah 64 responden, usia 23-25 tahun dengan tingkat presentase sebesar 13% atau berjumlah 13 responden, dan pada kelompok usia > 25 tahun dengan tingkat presentase sebesar 7% atau berjumlah 7 responden, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok usia 20-22 tahun dengan jumlah 64 responden. Responden dalam kelompok usia ini sebagian besar adalah wanita, di mana mereka cenderung menyadari segala sesuatu yang halal seperti memilih makanan dan minuman yang halal, ketersediaan sarana beribadah dan selektif dalam memilih destinasi yang mendukung dalam usahanya agar istiqomah menutup aurat, sehingga memilih untuk menggunakan fasilitas kolam renang khusus muslimah.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian yang dilakukan terhadap wisatawan The Forest Island diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	14	14%
2.	Perempuan	86	86%
Total		100	100%

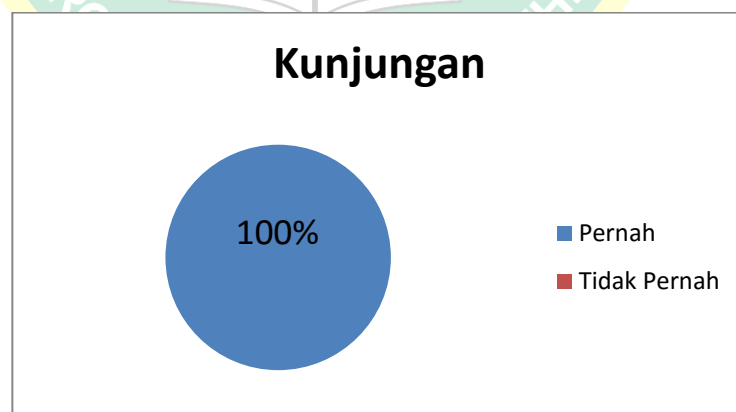
Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 responden dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan tingkat presentase sebesar 86% atau sebanyak 86 responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

Karakteristik responden berdasarkan kunjungan dalam penelitian yang dilakukan terhadap wisatawan The Forest Island diperoleh data sebagai berikut :

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan



Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan Gambar 4.1 tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh responden pernah mengunjungi objek wisata The Forest Island Purwokerto dengan jumlah 100 responden atau 100%.

C. Hasil Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2011: 363). Pada dasarnya, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kuesioner riset dapat dikatakan sah atau valid apabila instrumen yang terdapat dalam kuesioner tersebut mampu untuk mengukur besarnya nilai variabel yang sedang diteliti

Kriteria pada uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2 yaitu jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Keputusan dalam sebuah pertanyaan dapat dikatakan sah atau valid apabila nilai r-hitung > r-tabel begitu juga sebaliknya (Suliyanto, 2006). Jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden, jadi nilai r-tabel dapat ditentukan dengan perhitungan di bawah ini:

$$\begin{aligned}
 \text{r-tabel} &= n-2 \\
 &= 100-2 \\
 &= 98 \\
 &= 0,1654
 \end{aligned}$$

Berikut ini merupakan hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 20 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r-tabel	Nilai r-hitung	Keterangan
Kesadaran Halal (X1)	X1.1	0,1654	0,548	Valid
	X1.2	0,1654	0,716	Valid
	X1.3	0,1654	0,741	Valid
	X1.4	0,1654	0,724	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,1654	0,788	Valid
	X2.2	0,1654	0,737	Valid
	X2.3	0,1654	0,838	Valid
	X2.4	0,1654	0,827	Valid
	X2.5	0,1654	0,833	Valid
	X2.6	0,1654	0,821	Valid
Daya Tarik (X3)	X3.1	0,1654	0,758	Valid
	X3.2	0,1654	0,701	Valid
	X3.3	0,1654	0,689	Valid
	X3.4	0,1654	0,745	Valid
	X3.5	0,1654	0,726	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1	0,1654	0,451	Valid
	Y2	0,1654	0,575	Valid
	Y3	0,1654	0,822	Valid
	Y4	0,1654	0,823	Valid
	Y5	0,1654	0,775	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas di atas, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} pada setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,1654$). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian tersebut dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji konsistensi seorang responden dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner (Ghozali, 2020: 147). Apabila hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama, maka suatu pengukuran dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Suliyanto, 2006: 149). Tingkat reliabilitas dapat dilihat melalui angka yang terdapat dalam tabel

cronbach's alpha. Apabila nilainya lebih dari 0,6 (*cronbach's alpha* > 0,6) maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	20

Sumber: Hasil Olahan Data
Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai dari *Cronbach alpha* sebesar $0,912 > 0,60$. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kesadaran Halal (X1)	0,622	>0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,893	>0,60	Reliabel
Daya Tarik (X3)	0,772	>0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,724	>0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Tabel di atas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini, diketahui nilai *cornbach alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), Daya Tarik (X3) dan Keputusan Berkunjung (Y) dinyatakan reliabel atau handal serta dapat dilanjutkan untuk uji hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mendeteksi normal atau tidaknya variabel dependen, independen, maupun keduanya. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau mendekati normal (Ma'sumah, 2019: 20). Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*, apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ atau $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal (Suliyanto, 2011: 69).

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98473193
	Absolute	.135
Most Extreme Differences	Positive	.065
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.350
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel output di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah 0,052 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka nilai tersebut sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnof. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi atau persyaratan normalitas pada model sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas yang terbentuk dalam suatu model regresi. Jika di antara variabel bebas terdapat korelasi yang tinggi, maka model regresi tersebut dapat dikatakan mengandung gejala multikolinier. Model regresi dapat dikatakan baik yaitu apabila tidak adanya masalah multikolinearitas.

Untuk mengetahui atau mendeteksi apakah terdapat gejala multikolinearitas kita dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan TOL (*Tolerance*) pada setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan TOL lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Semakin kecil nilai TOL dan semakin besar nilai VIF akan semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas (Suliyanto, 2011: 81).

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kesadaran.Halal	.819	1.221
Fasilitas	.470	2.127
Daya.Tarik	.532	1.880

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas tersebut, dapat dilihat tabel output coefficients yang menyatakan bahwa nilai VIF < 10 pada masing-masing variabel independen yaitu Kesadaran Halal (X_1) sebesar 1,221, Fasilitas (X_2) sebesar 2,127, dan Daya Tarik (X_3) sebesar 1,880.

Sedangkan apabila dilihat melalui nilai TOL (*Tolerance*) pada setiap variabel memiliki nilai TOL (*Tolerance*) $> 0,10$ yaitu Kesadaran Halal (X_1) sebesar 0,819, Fasilitas (X_2) sebesar 0,470, dan Daya Tarik (X_3) sebesar 0,532. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda tidak terjadi gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011: 95).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menguji apakah terjadi ketidaksamaan nilai varian dari residual dalam sebuah model regresi. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut dengan homoskedastisitas. Varian dari residual pada model regresi yang memiliki nilai sama (konstan) disebut dengan homoskedastisitas. Sedangkan varian dari residual pada model regresi yang memiliki nilai berbeda disebut heteroskedastisitas.

Metode yang digunakan pada penelitian adalah Glejser, yaitu uji yang dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual dengan variable independen. Suatu model regresi yang tidak mengandung heteroskedastisitas yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi variable independen lebih besar dari 0,05 (Sig. $> 0,05$) (Suliyanto, 2011: 95).

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)		1.027	.307
Kesadaran.Halal	.123	1.116	.267
Fasilitas	-.105	-.716	.476
Daya.Tarik	-.119	-.865	.389

a. Dependent Variable: ABRESID

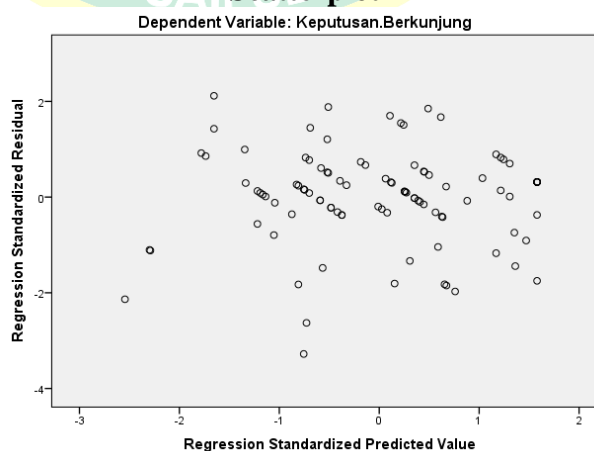
Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil output uji heteroskedastisitas pada tabel di atas, masing-masing variabel memiliki signifikansi $> 0,05$, yaitu Kesadaran Halal (X_1) sebesar 0,267, Fasilitas (X_2) sebesar 0,476, dan Daya Tarik (X_3) sebesar 0,389. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan mengetahui linier atau tidaknya model yang dibuktikan. Hasil uji linieritas merupakan informasi apakah model empiris yang digunakan sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik. Ada beberapa metode analisis grafik dan statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi baik atau tidaknya penggunaan persamaan linier. Metode statistik yang dipakai dalam uji linieritas ini adalah metode analisis grafik yaitu dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Jika nilai-nilai tersebut acak atau tidak membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar di sekitar angka nol, maka asumsi linearitas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 45).

Gambar 4.2
Hasil Uji Linieritas
Scatterplot



Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan tampilan di atas, dapat dilihat bahwa plot menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *regression standardized residual*. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada uji linieritas dengan analisis grafik dinyatakan linier.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dikarenakan variabel bebasnya terdiri dari beberapa variabel. Variabel tergantung pada regresi berganda dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel sehingga analisis dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel kesadaran halal (X1), fasilitas (X2), dan daya tarik (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y). Untuk mengetahui pengaruh antar variabel tersebut digunakan rumus sebagai berikut (Suliyanto, 2011: 54) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Keputusan berkunjung

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi dari kesadaran halal

b₂ : Koefisien regresi dari fasilitas

b₃ : Koefisien regresi dari daya tarik

X₁ : Kesadaran halal

X₂ : Fasilitas

X₃ : Daya Tarik

ε : Nilai residu

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.099	1.971		.050	.960
	Kesadaran.Halal	.223	.106	.136	2.105	.038
	Fasilitas	.280	.065	.364	4.271	.000
	Daya.Tarik	.464	.080	.463	5.774	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas, dapat terbentuk persamaan regresi linier berganda antar variabel Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) dalam Keputusan Berkunjung (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,099 + 0,223X1 + 0,280X2 + 0,464X3 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Persamaan regresi $Y = 0,099 + 0,223X1 + 0,280X2 + 0,464X3 + e$ menunjukkan bahwasannya nilai bilangan konstanta bernilai positif, artinya apabila variabel Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) sama dengan nol maka Keputusan Berkunjung (Y) akan sebesar 0,099.
- b. $b_1 = 0,223$ yang berarti nilai koefisien variabel Kesadaran Halal (X1) bernilai positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Dapat diartikan juga bahwa variabel Kesadaran Halal (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa apabila setiap variabel Kesadaran Halal (X1) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,223 dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstanta.
- c. $b_2 = 0,280$ yang berarti nilai koefisien variabel Fasilitas (X2) bernilai positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Dapat diartikan juga

- bahwa variabel Fasilitas (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa apabila setiap variabel Fasilitas (X2) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,280 dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstanta.
- d. $b_3 = 0,464$ yang berarti nilai koefisien variabel Daya Tarik (X3) bernilai positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Dapat diartikan juga bahwa variabel Daya Tarik (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa apabila setiap variabel Daya Tarik (X3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,464 dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstanta.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang terjadi antara variabel X terhadap variabel Y. Begitupun sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y (Suliyanto, 2011: 56).

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 100-3-1) \\
 &= 0,025 ; 96 \\
 &= 1,660
 \end{aligned}$$

Keterangan :

α = nilai probabilitas (0,05)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Tabel 4.10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.099	1.971		.050	.960
Kesadaran.Halal	.223	.106	.136	2.105	.038
Fasilitas	.280	.065	.364	4.271	.000
Daya.Tarik	.464	.080	.463	5.774	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Tabel di atas menunjukkan bahwa uji t yang dilakukan terhadap variabel Kesadaran Halal (X1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,105 dengan signifikan t sebesar 0,038 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,105 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif antara variabel Kesadaran Halal (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Uji t terhadap variabel Fasilitas (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,271 dengan signifikan t sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,271 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif antara variabel Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Uji t terhadap variabel Daya Tarik (X3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,774 dengan signifikan t sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,774 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif antara variabel Daya Tarik (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang terjadi antara variabel X terhadap variabel Y. Begitupun sebaliknya, jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y (Suliyanto, 2011: 62).

$$\begin{aligned} f_{tabel} &= \alpha ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 (3 ; 100-3-1) \\ &= 0,05 ; 3 ; 96 \\ &= 2,70 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Tabel 4.11
Hasil Uji f
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.794	3	138.265	65.517	.000 ^b
	Residual	202.596	96	2.110		
	Total	617.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Daya.Tarik, Kesadaran.Halal, Fasilitas

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil uji f pada tabel di atas, menunjukkan bahwa f_{hitung} sebesar 65,517 dengan signifikan f sebesar 0,000 yang artinya f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($65,517 > 2,70$) atau signifikan f lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$).

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) diterima, yang berarti Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ialah sebuah ukuran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara variabel bebas dengan variabel terikat. *Adjusted R Square* merupakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan untuk mengurangi bias yang terjadi, sehingga dapat berpengaruh terhadap naik turunnya nilai yang telah disesuaikan akibat dari penambahan variabel maupun ukuran sampel yang baru. Nilai *Adjusted R Square* selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka tersebut bisa saja mempunyai angka negatif (Suliyanto, 2011: 59).

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820a	.672	.662	1.453

a. Predictors: (Constant), Daya.Tarik, Kesadaran.Halal, Fasilitas

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,662 atau 66,2% yang berarti bahwa variabel Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) mempengaruhi variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 66,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kesadaran Halal (X1) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) pada wisatawan The Forest Island Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil perhitungan yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,105 dengan signifikan t sebesar 0,038 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,105 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini H_1 diterima, yang berarti secara parsial variabel Kesadaran Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y).

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif ini dapat dijadikan tolak ukur responden dalam melakukan keputusan berkunjung. Sehingga apabila tingkat kesadaran halal seseorang meningkat, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya dalam melakukan keputusan berkunjung. Tingkat kesadaran halal yang ditunjukkan oleh wisatawan The Forest Island Purwokerto sudah baik, dapat dilihat dari tingkat pemahaman mengenai kewajiban seorang muslim terhadap konsumsi makanan halal yang tinggi, usaha untuk mencari objek wisata yang menunjang kebutuhan mereka sebagai seorang muslim, salah satunya dengan memperhatikan ketersediaan sarana beribadah, fasilitas pemisah antara laki-laki dan perempuan, sehingga mereka lebih memilih The Forest Island sebagai tujuan berwisata. Dengan demikian, kesadaran halal dapat dijadikan salah satu instrumen penentu wisatawan untuk pengambilan keputusan berkunjung pada objek wisata The Forest Island Purwokerto.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Saputra dan Tresnati (2020) yang berjudul "Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata

Halal di Bali" yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada wisata halal di Bali.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel Fasilitas (X₂) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) pada wisatawan The Forest Island Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil perhitungan yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,271 dengan signifikan t sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,271 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini H₂ diterima, yang berarti secara parsial variabel Fasilitas (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y).

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif ini dapat dijadikan tolak ukur responden dalam melakukan keputusan berkunjung. Keputusan dalam menggunakan jasa akan semakin meningkat disebabkan adanya ketertarikan konsumen terhadap fasilitas yang tersedia. Sehingga apabila fasilitas yang ditawarkan semakin meningkat, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.

Dari beberapa indikator yang digunakan, hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh objek wisata The Forest Island Purwokerto sudah baik dan responden juga menyatakan sikap positif terhadap fasilitas yang ada meliputi kelengkapan, kebersihan, kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas, serta kemudahan yang didapatkan selama berada di objek wisata tersebut. Dengan demikian, fasilitas dapat dijadikan salah satu instrumen penentu wisatawan dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata The Forest Island Purwokerto.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi dkk., (2020) yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang" yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Rahmayanti dan Murtdlo (2020) yang berjudul "Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan" juga mengemukakan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan.

3. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Daya Tarik (X_3) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) pada wisatawan The Forest Island Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil perhitungan yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 5,774 dengan signifikan t sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,774 > 1,660$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini H_3 diterima, yang berarti secara parsial variabel Daya Tarik (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y).

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif ini dapat dijadikan tolak ukur responden dalam melakukan keputusan berkunjung. Pada umumnya setiap orang dalam mengambil sebuah keputusan dipengaruhi oleh seberapa jauh calon wisatawan mengenal atau mengetahui daya tarik wisata atau informasi yang ia baca. Sehingga semakin tinggi daya tarik dalam sebuah objek wisata, maka akan semakin

tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Daya tarik yang ditawarkan oleh objek wisata The Forest Island Purwokerto memicu ketertarikan yang membuat para wisatawan memiliki pertimbangan tersendiri untuk mengunjunginya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa faktor dalam kelompok indikator yang dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini seperti tersedianya kolam renang khusus wanita yang menjadikan wisata ini menarik karena tidak semua objek wisata memilikinya. Selain itu, objek wisata ini memiliki daya tarik yang dapat dilihat seperti keindahan taman dan hutan buatanya, dapat digunakan seperti ketersediaan lahan yang luas untuk beraktivitas, dapat dibeli seperti tersedianya *foodcourt*. Dengan demikian, daya tarik dapat dijadikan salah satu instrumen penentu wisatawan dalam pengambilan keputusan berkunjung pada objek wisata The Forest Island Purwokerto.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Dedy dkk., (2021) yang berjudul "Pengaruh Brand Image dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang" yang menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang.

4. Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas dan Daya Tarik secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas yaitu Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) pada wisatawan The Forest Island Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui hasil perhitungan yang menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 65,517 dengan signifikan f sebesar 0,000 yang artinya f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} (65,517

> 2,70) atau signifikan f lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini H_4 diterima, yang berarti secara simultan variabel Kesadaran Halal (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y).

Dalam penelitian ini, sebagian besar responden memiliki motif berkunjung untuk berekreasi dan mengisi waktu libur. Selain itu, menurut mereka wisata ini merupakan pilihan yang tepat dalam berwisata karena mempunyai variasi wahana dan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan selama melakukan berbagai aktivitasnya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan berkunjung. Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 66,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Artinya variabel kesadaran halal, fasilitas dan daya tarik merupakan salah satu faktor penentu yang dapat mendorong para wisatawan untuk membuat sebuah keputusan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmadayanti dan Murtadlo, (2020) yang berjudul "Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan" yang menyatakan bahwa fasilitas dan daya tarik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal seseorang, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya dalam melakukan keputusan berkunjung.
2. Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat fasilitas yang ditawarkan, maka pengaruh terhadap keputusan berkunjung juga akan semakin meningkat.
3. Variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, yang berarti bahwa semakin tinggi daya tarik dalam sebuah objek wisata, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.
4. Variabel kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Di mana kesadaran halal, fasilitas, dan daya tarik dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam melakukan keputusan berkunjung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pengelola Wisata

Objek wisata The Forest Island Purwokerto berpotensi menjadi wisata halal yang paling diminati di Kabupaten Banyumas. Dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan berkunjung para wisatawan, sehingga diperlukan adanya pengembangan terhadap aspek-aspek dalam wisata halal, seperti jaminan terhadap kehalalan produk makanan yang ditawarkan, regulasi

tentang pengelolaan wisata halal, peningkatan terhadap sarana dan prasarana penunjang wisatawan mengingat fasilitas yang juga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung, serta menumbuhkan kesadaran halal yaitu dengan cara mempromosikan dan mensosialisasikan tentang wisata halal agar semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke objek wisata ini. Selain hal tersebut, disarankan bagi objek wisata The Forest Island Purwokerto untuk mendaftar sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) yang merupakan program pemerintah untuk memberikan jaminan terhadap kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dengan judul terkait, diharapkan dapat lebih mengembangkannya dengan menambah indikator atau variabel independen lain yang berhubungan guna melengkapi hasil penelitian ini, seperti dengan melengkapi empat unsur dalam pariwisata yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan keramahtamahan.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Objek penelitian ini terbatas pada pengunjung objek wisata The Forest Island Purwokerto, sehingga diperlukan adanya perluasan terhadap objek pada penelitian.
2. Informasi yang diberikan oleh responden saat mengisi kuesioner terkadang tidak sepenuhnya menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan dalam pemikiran dan pemahaman setiap responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Faizul. 2020. *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Ambali, Abdul Raufu., dan Bakar, Ahmad Naqiyuddin. 2013. "People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers". *Procedia Social and behavioral Sciences*.
- Anggraini, Retno Putri., Sulistyowati, L.N. dan Purwanto, H. 2019. "Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung di Obyek Wisata Telaga Ngebel". *Jurnal Simba*. Vol. 1.
- Arpornpisal, Chanapong. 2018. "Tourism Elements Influence the Decision Making in Traveling to Visit Phra Pathom Chedi, Nakhon Pathom, Thailand". *Asian Administration and Management Review*. Vol. 1.
- Aziz, Yuhanis. Abdul. and Chok, Nyen.Vui. 2012. "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach". *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*.
- Dedy, Asep. Setyarto, Arief., Mubarak, Ade., dan R Sugalih, Indah Woro. 2021. "Pengaruh Brand Image dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang". *Jurnal Sain Manajemen*. Vol. 3.
- Dewi, Mike Kusuma., Rivandi, Muhammad. dan Meirina, Elsa. 2020. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang". *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. Vol. 15.
- Diana. 2018. *Metode dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. 2020. "Draft Buku Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2020". Dapat diunduh dari: <https://disporapar.jatengprov.go.id>, diakses 11 Januari 2022.
- Ghozali, Imam. 2020. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.

- GMTI. 2019. *Global Muslim Travel Index*. Dubai: Mastercard - Crescent Rating.
- Hardianto, Anneke Ratnasari. dan Ratnasari, Ririn Tri. 2015. "Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Kolam Renang Muslimah Al-Hikmah Sport Center di Surabaya". *JESTT*. Vol. 2.
- Hervina, Rahmah Dhea., Kaban, Reny Fitriana. dan Pasaribu, Popy Novita. 2021. "Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19". *Jurnal Manajemen*. Vol. 10 No. 2.
- Indra, Made. dan Cahyaningrum, Ika. 2019. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Kemendagri. 2021. *Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia*. Dapat diunduh dari: <https://www.kemendagri.go.id>, diakses 29 November 2021.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin.Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. 2021. *Qur'an Kemenag in Microsoft Word*.
- Lemeshow, S. dan David. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ma'sumah, Siti. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data*. Banyumas: CV. Rizquna.
- Munir, Muhammad., Hidayat, Khoiril., Fakhry, Muhammad., dan Mu'tamar, M Fuad Fauzul. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura". *Agroindustrial Technology Journal*. Vol. 3.
- Muslim Population by Country. 2022. *World Population Review*.Dapat diunduh dari:<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>, diakses 22 Juli 2022.
- Nofianti, Kholis Amalia., dan Rofiqoh, Siti Nur Indah. 2019. "Kesadaran dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik)". *Journal of Halal Product and Research*. Vol. 2 No. 1.
- Pitana, Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

- Rahmadayanti, Tina., dan Murtadlo, Kholid. 2020. "Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 12.
- Salfadri dan Hadya, Rizka. 2020. "Determining Factors For Tourists Visiting Carocok Painan Beach". *International Journal Of Multi Science*. Vol. 1 No.8.
- Sammeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Saputra, Nuralim., dan Tresnati, Ratih. 2020. "Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali". *Jurnal Prosiding Manajemen*. Vol. 6 No.1.
- Sudaryono. 2021. *Statistik 1 Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumayang. 2003. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Surur, Fadhil. 2020. *Wisata Halal Konsep dan Aplikasi*. Gowa: Alauddin University Press.
- Suryadana, M. Liga., dan Octavia, Vanny. 2020. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, Ketut., dan Widyatmaja, Gusti Ngurah. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka. A. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Buku Kompas.

Yoeti, Oka. A. 2014. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad., Rashid, Wan Edura Wan., Ariffin, Norafifa Mohd., dan Rashid, Norhidayah Mohd. 2014. "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

"Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survey Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)"

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Saya Robi' Mar Atul Hikmah mahasiswa semester VIII Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pernah berkunjung ke objek wisata The Forest Island minimal satu kali
2. Berusia minimal 17 tahun

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,



Robi' Mar Atul Hikmah

A. Identitas Responden

Lengkapilah data yang ada di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√).

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 17-19 tahun
 - 20-22 tahun
 - 23-25 tahun
 - >25 tahun

B. Kriteria Responden

1. Apakah anda pernah berkunjung ke objek wisata The Forest Island Purwokerto?
 - Iya
 - Tidak

C. Kuesioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat Saudara/i yang terdiri dari 5 jawaban dengan memberi tanda centang (√), antara lain:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

1. Kesadaran Halal (X₁)

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman yang dimiliki oleh umat Islam dalam upaya mengetahui masalah yang berkaitan dengan konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019).

Pertanyaan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Saya mengetahui dan memahami di dalam Islam hanya boleh mengkonsumsi makanan yang halal					
Saya berusaha untuk mencari wisata yang menunjang kebutuhan seorang muslim, seperti tersedianya tempat beribadah					
Saya mengetahui objek wisata The Forest Island ramah terhadap muslim					
Saya yakin objek wisata The Forest Island terjamin kebersihan dan keamanannya					

2. Fasilitas (X2)

Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan oleh penyedia jasa kepada konsumen (Tjiptono, 2006).

Pertanyaan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Fasilitas yang tersedia di objek wisata The Forest Island cukup lengkap					
Sarana beribadah yang disediakan memadai					
Fasilitas yang tersedia di objek wisata The Forest Island dalam keadaan bersih					
Fasilitas yang tersedia di objek wisata The Forest Island tertata rapi					
Fasilitas yang tersedia di objek wisata The Forest Island dapat berfungsi dan dalam kondisi yang baik					
Fasilitas yang tersedia di objek wisata The Forest Island mudah digunakan					

3. Daya Tarik (X3)

Menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, nilai berupa kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia yang dijadikan sebagai sasaran kunjungan para wisatawan (Dewi dkk., 2020).

Pertanyaan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Objek wisata The Forest Island merupakan destinasi yang menarik karena mempunyai keindahan taman dan hutan					
Objek wisata The Forest Island memiliki ketersediaan lahan yang cukup untuk beraktivitas					
Kolam renang syariah menjadi daya tarik utama di objek wisata The Forest Island					
Objek wisata The Forest Island menyediakan <i>food court</i> untuk membeli makanan dan minuman					
Harga tiket objek wisata The Forest Island cukup terjangkau					

4. Keputusan Berkunjung (Y)

Keputusan berkunjung adalah tindakan yang terlibat secara langsung dalam upaya memperoleh, memilih dan menggunakan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan (Kotler dan Keller, 2009).

Pertanyaan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Saya membutuhkan berwisata untuk berekreasi dan mengisi waktu libur					
Saya mencari informasi mengenai objek wisata The Forest Island sebelum melakukan kunjungan					
Saya memutuskan berkunjung ke objek wisata The Forest Island karena memiliki variasi wahana wisata yang cukup lengkap					
Saya merasa yakin berkunjung ke objek wisata The Forest Island sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata					
Saya merasa puas dan akan berkunjung kembali ke objek wisata The Forest Island					

Lampiran 2: Tabulasi Data

No	Kesadaran Halal (X1)				Total X1	Fasilitas (X2)						Total X2	Daya Tarik (X3)					Total X3	Keputusan Berkunjung (Y)					Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24
4	4	5	3	5	17	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21
6	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	3	17
7	5	5	4	5	19	3	4	4	3	3	4	21	5	4	2	4	3	18	5	5	3	4	3	20
8	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	4	20
9	5	5	5	5	20	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
10	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22
13	5	3	4	3	15	3	3	4	4	4	4	22	4	4	5	4	3	20	4	4	3	4	4	19
14	4	5	4	4	17	3	4	4	4	3	4	22	5	3	5	5	4	22	5	5	4	4	4	22
15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25	4	3	4	3	4	18	4	4	5	4	5	22
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	5	3	4	4	20	5	5	4	4	5	23
17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	4	5	4	4	17	3	4	4	4	3	4	22	4	5	5	5	3	22	5	4	4	4	4	21
19	5	5	4	5	19	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	20	3	4	2	3	3	15
20	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

22	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	4	5	23	5	3	5	5	5	23
23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
24	5	4	4	3	16	3	3	3	4	4	4	21	4	3	5	4	4	20	4	3	3	4	4	18
25	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	23	5	5	4	3	3	20
26	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
27	5	4	4	3	16	3	3	4	4	3	4	21	3	4	5	3	5	20	5	5	3	3	3	19
28	4	5	4	4	17	4	3	4	3	4	3	21	4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	3	19
29	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21
30	4	5	5	4	18	5	5	5	4	4	5	28	5	4	5	5	4	23	4	5	4	4	5	22
31	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
32	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23
33	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	4	21	4	3	5	5	5	22
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21
35	5	5	4	3	17	4	4	4	3	3	4	22	3	4	4	3	3	17	5	4	3	4	4	20
36	5	4	3	5	17	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	5	21	5	5	3	4	3	20
37	5	5	5	4	19	5	4	3	4	4	5	25	5	5	5	4	3	22	5	4	5	5	5	24
38	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	4	19	4	5	5	5	4	4	27	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	4	19
40	5	5	4	4	18	4	5	3	4	4	4	24	3	3	5	4	3	18	5	5	3	3	3	19
41	5	5	5	5	20	5	4	4	4	3	5	25	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23
42	5	4	4	4	17	4	4	4	3	4	3	22	4	3	3	4	3	17	4	5	4	4	4	21
43	5	4	4	5	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	4	4	5	4	17	5	4	4	4	3	5	25	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	5	22
45	5	5	4	4	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	2	2	3	13
46	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

47	5	5	4	4	18	4	4	4	5	3	3	23	4	3	5	4	4	20	5	4	3	2	2	16
48	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	24	5	3	5	5	5	23
49	5	5	4	3	17	4	3	3	3	3	4	20	4	4	5	5	5	23	5	1	4	4	4	18
50	4	5	4	4	17	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22
51	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	3	18	4	4	3	4	3	4	22	4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	4	22
54	5	5	5	4	19	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	4	24
55	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	4	22	5	5	4	4	4	22
56	4	5	5	4	18	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
57	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	21	4	4	3	5	4	20
58	5	5	5	4	19	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
59	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	22
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
61	5	5	4	4	18	4	5	4	4	4	5	26	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21
62	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	3	17	5	3	3	4	3	18
64	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	4	3	22	5	2	4	4	5	20
65	3	4	3	5	15	3	3	4	3	4	4	21	3	4	3	4	4	18	5	5	3	3	3	19
66	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
67	4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
69	5	5	4	3	17	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	16	4	2	3	3	3	15
70	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	22
71	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22

72	5	4	3	3	15	3	4	3	4	4	3	21	3	4	5	5	5	22	5	5	3	3	3	19
73	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	18	4	5	3	4	4	20
74	5	5	4	4	18	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	5	23
75	4	5	5	5	19	4	2	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
76	5	5	4	5	19	4	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	3	3	19
77	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	4	25	4	3	5	5	5	22	5	5	5	4	5	24
78	5	5	5	5	20	4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	4	5	20	5	5	5	4	4	23
79	4	4	5	5	18	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	4	22
80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	3	4	5	5	5	22
81	5	5	5	5	20	4	3	3	4	4	4	22	5	4	5	5	5	24	4	5	4	4	5	22
82	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	3	5	20	3	5	4	4	4	20
83	5	5	5	5	20	3	4	3	4	2	3	19	2	2	5	5	3	17	4	4	4	3	4	19
84	4	3	5	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
85	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	5	22
86	5	5	5	4	19	4	4	3	3	5	4	23	3	5	4	5	4	21	4	3	5	4	5	21
87	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28	3	4	5	3	5	20	5	5	4	4	4	22
88	4	4	5	5	18	5	4	5	4	5	4	27	5	3	5	5	4	22	3	5	4	5	5	22
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	5	22
90	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	4	23	4	5	4	3	4	20	4	4	5	4	4	21
92	4	4	4	5	17	4	4	4	5	4	5	26	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	4	22
93	5	5	5	5	20	4	5	3	3	4	4	23	5	4	4	3	3	19	5	4	4	4	4	21
94	4	3	4	4	15	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
95	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	5	26	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23

97	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
99	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	5	26	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	4	21
100	4	4	4	3	15	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	4	21



Lampiran 3: Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.360**	.222*	.102	.548**
	Sig. (1-tailed)		.000	.013	.157	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.360**	1	.353**	.304**	.716**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.222*	.353**	1	.419**	.741**
	Sig. (1-tailed)	.013	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.102	.304**	.419**	1	.724**
	Sig. (1-tailed)	.157	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total.X1	Pearson Correlation	.548**	.716**	.741**	.724**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

b. Hasil Uji Validitas X2

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.549**	.544**	.534**	.577**	.636**	.788**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.549**	1	.536**	.549**	.462**	.490**	.737**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.544**	.536**	1	.679**	.676**	.606**	.838**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.534**	.549**	.679**	1	.642**	.612**	.827**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

X2.5	Pearson Correlation	.577**	.462**	.676**	.642**	1	.644**	.833**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.636**	.490**	.606**	.612**	.644**	1	.821**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total.X2	Pearson Correlation	.788**	.737**	.838**	.827**	.833**	.821**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

c. Hasil Uji Validitas X3

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total.X3	
X3.1	Pearson Correlation	1	.528**	.372**	.469**	.342**	.758**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.528**	1	.257**	.358**	.387**	.701**
	Sig. (1-tailed)	.000		.005	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.372**	.257**	1	.425**	.438**	.689**
	Sig. (1-tailed)	.000	.005		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.469**	.358**	.425**	1	.469**	.745**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.342**	.387**	.438**	.469**	1	.726**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total.X3	Pearson Correlation	.758**	.701**	.689**	.745**	.726**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

d. Hasil Uji Validitas Y

Correlations						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total.Y
Pearson Correlation	1	.236**	.241**	.143	.040	.451**
Y1 Sig. (1-tailed)		.009	.008	.078	.346	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.236**	1	.243**	.234**	.174*	.575**
Y2 Sig. (1-tailed)	.009		.007	.009	.042	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.241**	.243**	1	.684**	.669**	.822**
Y3 Sig. (1-tailed)	.008	.007		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.143	.234**	.684**	1	.784**	.823**
Y4 Sig. (1-tailed)	.078	.009	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.040	.174*	.669**	.784**	1	.775**
Y5 Sig. (1-tailed)	.346	.042	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100
Tot Pearson Correlation	.451**	.575**	.822**	.823**	.775**	1
al. Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
Y N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

e. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	20

f. Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	4

g. Hasil Uji Reliabilitas X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	6

h. Hasil Uji Reliabilitas X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

i. Hasil Uji Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	5

j. Hasil Uji Normalitas

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98473193
	Absolute	.135
Most Extreme Differences	Positive	.065
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.350
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

k. Hasil Uji Multikolinieritas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98473193
	Absolute	.135
Most Extreme Differences	Positive	.065
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.350
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

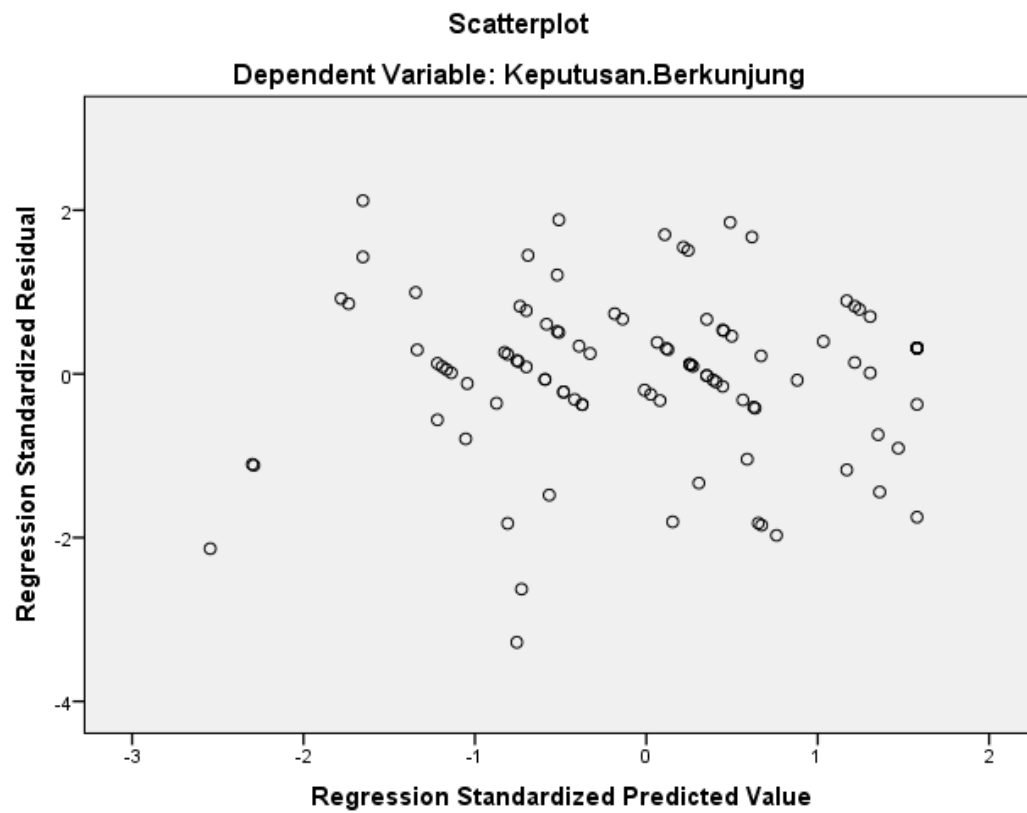
l. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.362	1.326		1.027	.307
	Kesadaran.Halal	.079	.071	.123	1.116	.267
	Fasilitas	-.032	.044	-.105	-.716	.476
	Daya.Tarik	-.047	.054	-.119	-.865	.389

a. Dependent Variable: ABRESID

m. Hasil Uji Linieritas



n. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.099	1.971		.050	.960
	Kesadaran.Halal	.223	.106	.136	2.105	.038
	Fasilitas	.280	.065	.364	4.271	.000
	Daya.Tarik	.464	.080	.463	5.774	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

o. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.099	1.971		.050	.960
Kesadaran.Halal	.223	.106	.136	2.105	.038
Fasilitas	.280	.065	.364	4.271	.000
Daya.Tarik	.464	.080	.463	5.774	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

p. Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	414.794	3	138.265	65.517	.000 ^b
Residual	202.596	96	2.110		
Total	617.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

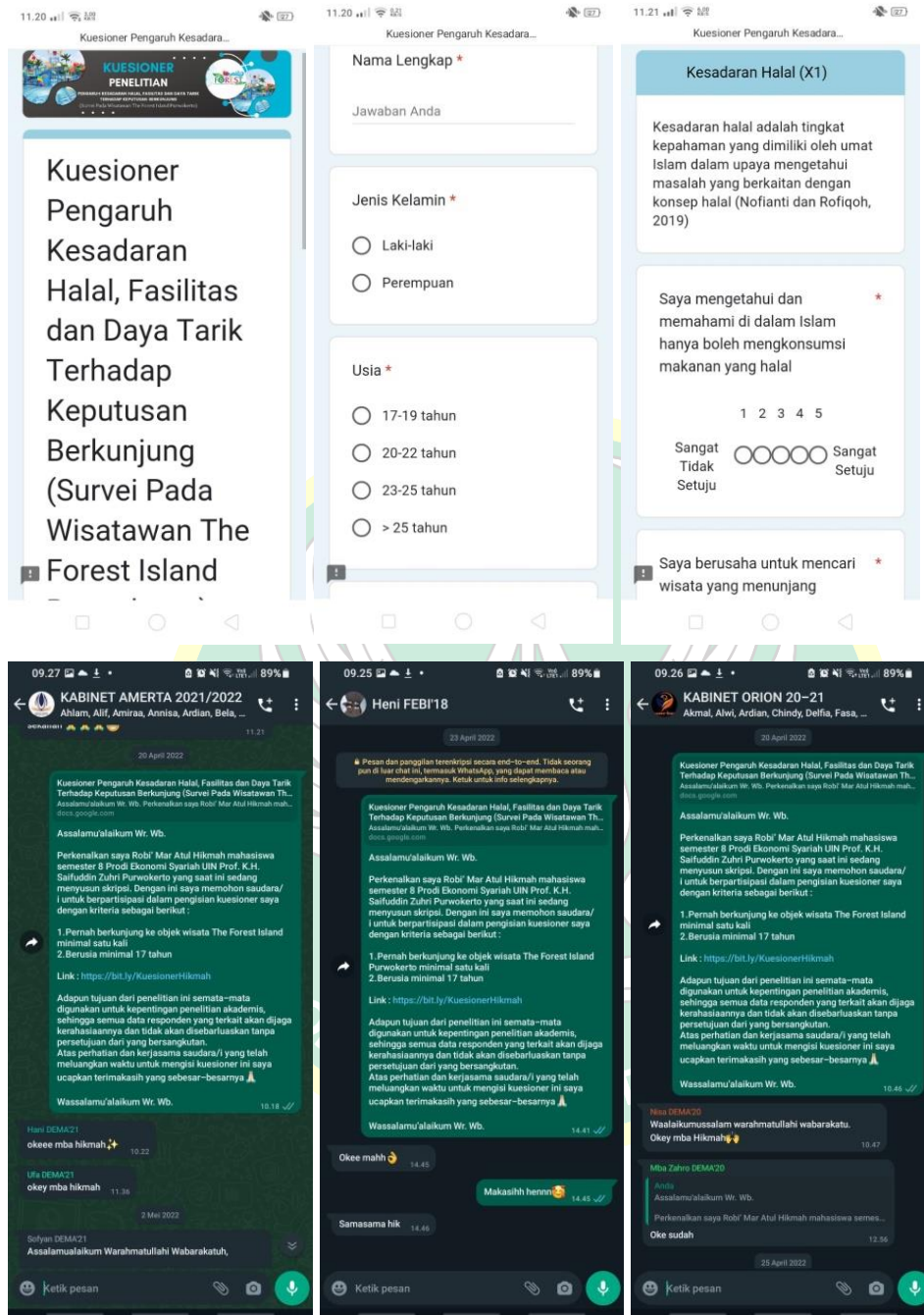
b. Predictors: (Constant), Daya.Tarik, Kesadaran.Halal, Fasilitas

q. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.662	1.453

a. Predictors: (Constant), Daya.Tarik, Kesadaran.Halal, Fasilitas

Lampiran 4: Bukti Penyebaran Kuesioner



Lampiran 5: Surat Izin Observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsezu.ac.id

Nomor : 232/Un.19/FEBI.JES/PP.009/01/2022 Purwokerto, 26 Januari 2022
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Observasi Pendahuluan

Kepada Yth.
Pimpinan The Forest Island
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto). Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami:

1. Nama : Robi' Mar Atul Hikmah
2. NIM : 1817201203
3. Semester / Program Studi : VII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2021/2022
5. Alamat : Karangangka, RT 02 RW 04, Kec.
Kedungbanteng, Kab. Banyumas

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung
2. Tempat/ Lokasi : The Forest Island Purwokerto
3. Waktu Observasi : 27 Januari 2022 s/d selesai

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

Lampiran 6: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 870/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Robi' Mar Atul Hikmah
NIM : 1817201203
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si
Judul : Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)

Pada tanggal 25/03/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 1 April 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 7: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2223/Un.19/FEBLJES/PP/009/06/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Robi Mar Atul Hikmah
 NIM : 1817201203
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 29/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS**, dengan nilai : **83 / A-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 5 Juli 2022
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 8: Blangko Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Robi' Mar Atul Hikmah
NIM : 1817201203
Prodi/semester : Ekonomi Syariah/9
Dosen Pembimbing : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Halal, Fasilitas dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan The Forest Island Purwokerto)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Desember	Jum'at/17 Desember 2021	Penetapan variabel yang digunakan, Kajian Pustaka yang terdiri dari 7 Jurnal Nasional dan 3 Jurnal Internasional	Nastif	[Signature]
2	Januari	Selasa/4 Januari 2022	Alur penyusunan latar belakang masalah	Nastif	[Signature]
3	Januari	Kamis/13 Januari 2022	Menyusun latar belakang masalah, menentukan <i>research gap</i> dan <i>fenomena gap</i>	Nastif	[Signature]
4	Januari	Selasa/25 Januari 2022	Menentukan sampel	Nastif	[Signature]
5	Februari	Rabu/2 Februari 2022	Membangun hipotesis, menentukan indikator penelitian	Nastif	[Signature]
6	Februari	Selasa/22 Februari 2022	Analisis data, penyusunan kuisioner	Nastif	[Signature]



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsetzu.ac.id

7	Maret	Rabu/2 Maret 2022	Acc seminar proposal	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>
8	Juli	Jum'at/15 Juli 2022	Revisi bab I	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>
9	Juli	Selasa/19 Juli 2022	Revisi bab I	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>
10	Juli	Rabu/27 Juli 2022	Revisi bab II	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>
11	Agustus	Selasa/9 Agustus 2022	Revisi bab III	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>
12	September	Senin/5 September 2022	Revisi bab IV dan V, acc munaqosyah	<i>Nastuy</i>	<i>[Signature]</i>

Purwokerto, 5 September 2022
 Pembimbing,

Nastuy

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
 NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 9: Sertifikat BTA PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/I/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

ROBI' MAR ATUL HIKMAH

1817201203

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	92
2. Tartil	90
3. Tahfidz	95
4. Inmla'	80
5. Praktek	90

NO. SERI: MAJ-G1-2019-046

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 24 Januari 2019

Mudir Ma'had Al-Jami'ah,



Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002

Lampiran 10: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



IAIN PURWOKERTO
MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10028/2018

This is to certify that :

Name : **ROBI' MAR ATUL HIKMAH**
Date of Birth : **BANYUMAS, May 19th, 2000**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 54
2. Structure and Written Expression	: 57
3. Reading Comprehension	: 51

Obtained Score : 539



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode



Purwokerto, December 27th, 2018
Head of Language Development Unit,
Dr. Subur, M.Ag.
NIP: 19670307 199303 1 005

Lampiran 11: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


IAIN PURWOKERTO

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان، شارع جنيد بن احمدياني رقم: ٤٤، بورنوكرتو ٥٣١٢٦، هاتفه ٢٨١-٦٣٥٦٢٤- www.iainpurwokerto.ac.id

الترجمة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٨/١٠٠٢٨

منحت الى
 الاسم : ربيع مرآة الحكمة
 المولودة : بيانوماس - ١٩ مايو ٢٠٠٠
 الذي حصل على
 فهم المسموع : ١٨ :
 فهم العبارات والتركيب : ٣٠ :
 فهم المقروء : ١٨ :
 النتيجة : ٤٥ :

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٢٣ مايو ٢٠١٨

بورنوكرتو، ٢٧ ديسمبر ٢٠١٨
 رئيس الوحدة لتنمية اللغة،


 الدكتور صبور الماجستير.
 رقم التوظيف: ١٩٦٧٠٢٠٧ ١٩٩٣٠٣ ١ ٠٠٥


 ValidationCode

Lampiran 12: Sertifikat Aplikasi Komputer (Aplikom)

SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: J. Jend. Ahmad Yani No. 400, Telp. 021-433314 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN/17A/PT-TP/DW/3944/2021

Diberikan Kepada:

ROBI MAR ATUL HIKMAH
NIM: 1817201203

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 19 Mei 2000

No. IN/17A/PT-TP/DW/3944/2021

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menaruh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office® yang telah diselenggarakan oleh UPT IT IPD IAIN Purwokerto.

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4,0
81-85	A-	3,6
76-80	B+	3,3
71-75	B	3,0
66-70	B-	2,6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	65 / B
Microsoft Power Point	75 / B







Purwokerto, 19 Mei 2021
Kepala UPT IT IPD

Dr. H. Fajar Harsyoto, S. Si, M. Si
NIP. 19861215 200501 1 003

Lampiran 13: Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)






Nomor: 331/K.LPPM/KKN.48/08/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **ROBI` MAR ATUL HIKMAH**
 NIM : **1817201203**
 Fakultas/Prodi : **FEBI / ESY**

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021
dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **93 (A)**.



Kentel Purwokerto, 29 Oktober 2021
Ketua LPPM,
Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 14: Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM)



KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.lainpurwokerto.ac.id



Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021


Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : **Robi' Mar Atul Hikmah**
NIM : **1817201203**


Dinyatakan Lulus dengan Nilai **92 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

<p>Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</p> <p> Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag NIP.19730921 200212 1 004</p>	<p>Purwokerto, 15 Oktober 2021</p> <p>Kepala Laboratorium FEBI</p> <p> H. Sochimia, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001</p>
--	---

Lampiran 15: Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febiiainpurwokerto.ac.id



Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :


Nama : Robi' Mar Atul Hikmah
NIM : 1817201203

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :


Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kabupaten Banyumas

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**.

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munqasyah/Skripsi*.




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP:19730921 200212 1 004


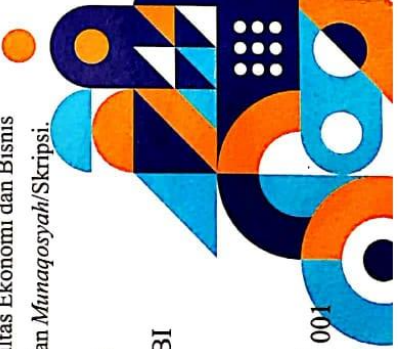


H. Sochimun, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Purwokerto, 4 April 2022
Kepala Laboratorium FEBI

Lampiran 16: Sertifikat PBAK Institut



IAIN PURWOKERTO

PANITIA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN 2018
DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO





No. 040/A-1/Pan.PBAK/DEMA-IV/II/2018

Diberikan kepada:

Robi' Maw Alul Hikmah

sebagai **PESERTA** dalam kegiatan:

PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK & KEMAHASISWAAN 2018

yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan tema:

"Membangun Karakter Mahasiswa Cinta Tanah Air dalam Bingkai Islam Nusantara"

Ketua DEMA-I



Noto Saputro
NIM. 1423301287

Mengetahui:



H. Supriyanto, L.C., M.S.I.
NIP. 19740326 199903 1 001

Ketua Panitia



Triasih Kartikawati
IAIN PNIM. 1522402122

Purwokerto, 15-16 Agustus 2018

KATEGORI	NILAI
Kepemimpinan	80
Keaktifan	80
Kehadiran	90
Kedisiplinan	90
Kesopanan	90
Rata-Rata	86



Lampiran 17: Sertifikat PBAK Fakultas



SERTIFIKAT
No. 096/A1/PBAK-FEBI/DEMAFEBI/III/2018

Diberikan kepada :

ROBI' MAR ATUL HIKMAH

Sebagai
Peserta

Kehadiran	Keaktifan	Tugas	Rata-rata
BB	BB	BB	BB

Dalam kegiatan PBAK FEBI 2018 yang diselenggarakan oleh
 Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
 Pada tanggal 24-25 Agustus 2018 di IAIN Purwokerto

Wakil Dekan III

 Drs. Atabik, MAg
 NIP. 196512051993031004

Ketua DEMA

 Irfan Muarif
 NIM. 1522201092

Ketua Panitia PBAK FEBI

 M. Nu'man Annabhani
 NIM. 1617203030

Lampiran 18: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Robi' Mar Atul Hikmah
2. NIM : 1817201203
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 19 Mei 2000
4. Alamat Rumah : Desa Karangnangka RT 002/RW 004
Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten
Banyumas Provinsi Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Supangat
Nama Ibu : Aniatul Choerot

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Diponegoro 25 Karangnangka (2005-2006)
 - b. MI MAARIF NU 1 Karangnangka (2006-2012)
 - c. MTS MAARIF NU 1 Jatilawang (2012-2015)
 - d. SMA Negeri 1 Jatilawang (2015-2018)
 - e. S1 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2018-sekarang)
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Almuta'abbidin Tinggarjaya, Jatilawang

C. Pengalaman Organisasi

- a. Anggota Biro Advokasi dan Komunikasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon FEBI (2020/2021)
- b. Staff Ahli Kementerian Komunikasi dan Informasi Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) FEBI UIN Saizu (2020/2021)
- c. Koordinator Kementerian Komunikasi dan Informasi Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) FEBI UIN Saizu (2020/2021)
- d. Anggota Komunitas Studi Ekonomi Islam UIN Saizu

Purwokerto, 5 September 2022



Robi' Mar Atul Hikmah