

**ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC ATTRIBUTES*, CITRA DESTINASI  
DAN NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP *ISLAMIC  
TOURIST SATISFACTION* YANG BERKUNJUNG DI LOKAWISATA  
BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**LAELA SABILLA ARROHMAH  
NIM. 214110201151**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laela Sabilla Arrohmah

NIM : 214110201151

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : PENGARUH ISLAMIC ATTRIBUTES, CITRA DESTINASI  
DAN NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP  
ISLAMIC TOURIST SATISFACTION YANG BERKUNJUNG DI  
LOKAWISATA BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS

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

Purwokerto, 17 April 2025

Saya yang menyatakan,



**Laela Sabilla Arrohmah**  
NIM. 214110201151



**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

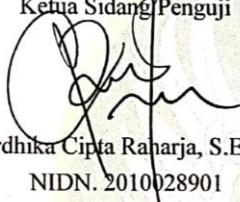
**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH ISLAMIC ATTRIBUTES, CITRA DESTINASI DAN  
NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP ISLAMIC TOURIST  
SATISFACTION YANG BERKUNJUNG DI LOKAWISATA  
BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara **Laela Sabilla Arrohmah NIM 214110201151** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 19 Juni 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

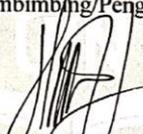
Ketua Sidang/Penguji

  
Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.  
NIDN. 2010028901

Sekretaris Sidang/Penguji

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

Pembimbing/Penguji

  
H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.  
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 23 Juni 2025

Mengesahkan  
Dekan,



  
**Prof. 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. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

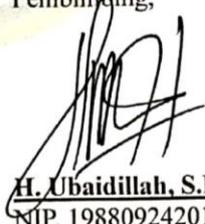
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Laela Sabilla Arrohmah NIM. 214110201151 yang berjudul:

**PENGARUH *ISLAMIC ATTRIBUTES*, CITRA DESTINASI DAN NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP *ISLAMIC TOURIST SATISFACTION* YANG BERKUNJUNG DI LOKAWISATA BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 17 April 2025  
Pembimbing,

  
**H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.**  
NIP. 198809242019031008

**ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC ATTRIBUTES*, CITRA DESTINASI  
DAN NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP *ISLAMIC  
TOURIST SATISFACTION* YANG BERKUNJUNG DI LOKAWISATA  
BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS**

**Laela Sabilla Arrohmah**  
**214110201151**

Email: [lalasaarrohmah@gmail.com](mailto:lalasaarrohmah@gmail.com)

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

**ABSTRAK**

Industri pariwisata Islam terus berkembang sebagai bagian penting dari ekonomi syariah, terutama di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Lokawisata Baturraden di Kabupaten Banyumas telah ditetapkan sebagai wisata berbasis syariah sesuai Fatwa DSN-MUI No:108/DSN-MUI/X/2016. Tempat ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata halal karena keindahan alam dan budaya lokalnya, namun masih belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan wisatawan muslim

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Attributes*, Citra Destinasi, dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 400 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, lalu dianalisis menggunakan SPSS 27 dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji-t dan uji-f adalah variabel *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *islamic tourist satisfaction* yang berkunjung di Lokawisata Baturraden. Penelitian ini menyarankan pengelola dan pemerintah daerah agar mengembangkan destinasi halal secara menyeluruh, menambah fasilitas ramah muslim, dan memperkuat citra destinasi. Masyarakat sekitar juga perlu diberi pelatihan tentang nilai-nilai Islam dalam pelayanan wisata.

**Kata Kunci:** *Islamic Attributes, Citra Destinasi, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Islamic Tourist Satisfaction*

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ISLAMIC ATTRIBUTES,  
DESTINATION IMAGE AND SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENTAL  
VALUES ON ISLAMIC TOURIST SATISFACTION VISITING  
BATURRADEN TOURIST SITE, BANYUMAS REGENCY**

**Laela Sabilla Arrohmah**  
**214110201151**

Email: [lalasaarrohmah@gmail.com](mailto:lalasaarrohmah@gmail.com)

Sharia Economics Study Program Department of Sharia Economics and Finance  
Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

The Islamic tourism industry continues to grow as an important part of the Islamic economy, especially in Indonesia, where most of the population is Muslim. Baturraden Tourism Site in Banyumas Regency has been designated as a sharia-based tourism according to DSN-MUI Fatwa No: 108/DSN-MUI/X/2016. This place has great potential as a halal tourist destination because of its natural beauty and local culture, but it still does not fully meet the needs of Muslim tourists.

This study aims to determine the effect of Islamic Attributes, Destination Image, and Socio-Cultural Environmental Values on the Satisfaction of Islamic Tourists at the Baturraden Tourism Site. This study uses a quantitative method with 400 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires, then analyzed using SPSS 27 with validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, and hypothesis testing.

The results of the study based on the results of the t-test and f-test are that the variables of Islamic attributes, destination image, and socio-cultural environmental values partially and simultaneously have a positive and significant effect on the satisfaction of Muslim tourists visiting Baturraden Tourism Site. This study suggests that the government and local governments develop halal destinations comprehensively, add Muslim-friendly facilities, and strengthen the destination image. The surrounding community also needs to be given training on Islamic values in tourism services.

**Keywords:** *Islamic Attributes, Destination Image, Socio-Cultural Environmental Values, Islamic Tourist Satisfaction*

## MOTTO

“Dalam setiap detik keputusan, bayangan senyum lelah orang tuaku menjadi pengingat: bahwa ada cinta yang tak pernah lelah berkorban agar aku bisa sampai di titik ini. Semangatku tumbuh dari sana, dari perjuangan yang tak pernah minta balas.”

-Laela Sabilla Arrohmah-

“Berserah diri kepada Allah, dan janganlah pernah berputus asa dari rahmat-Nya.”

(QS. Az-zummar:53)

“Aku belajar bahwa membahagiakan semua orang adalah hal yang mustahil. Maka, hari ini aku memilih untuk hidup dengan jujur pada diri sendiri, memperbaiki kekurangan, dan merayakan setiap kemajuan, tanpa harus menjadi apa yang orang lain harapkan.”

-Laela Sabilla Arrohmah-



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian 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 di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	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

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

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

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

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

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitṛ</i>
------------	---------	----------------------

## 4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

## 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>ḡahiliyyah</i>

2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تَس	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	furūd

## 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya" mati	Ditulis	Ai
	ا ب ي ن ن ن ن م	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
أَعَدَّتْ	Ditulis	u"iddat

## 8. Kata Sandang alif + Iam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

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

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillahirobbil'alamin kehadiran Allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan dan kemudahan serta keajaiban-keajaiban baik yang tidak terhitung banyaknya dalam proses penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bukti semangat serta cinta dan kasih sayang kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup penulis.

Untuk karya yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada:

1. Persembahan ini penulis tujukan untuk kedua orang tua tercinta Bapak Daryanto dan Ibu Siti Roisah. Terimakasih atas doa, kasih sayang, semangat dan pengorbanan yang tiada henti. Kalian adalah sumber kekuatan dalam setiap langkahku. Dalam setiap tetes keringat dan air mata kalian, penulis menemukan alasan untuk terus berjuang. Tanpa cinta dan restu kalian, penulis tidak akan mampu menyelesaikan perjalanan ini. Semoga hasil kecil ini menjadi kebanggaan dan bukti bahwa setiap usaha dan doa kalian tidak pernah sia-sia.
2. Untuk Ibu Rasyah selaku bude tersayang yang berasa ibu kedua penulis. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian dan dukungan yang selalu tulus. Kehadiran bude menjadi pelengkap kasih sayang yang menguatkan hati dan langkah penulis hingga sampai pada titik ini.
3. Teruntuk diri sendiri Laela Sabilla Arrohmah, anak harapan satu-satunya yang terus belajar menjadi kuat meski tanpa kehadiran kakak atau adik sebagai tempat berbagi. Terimakasih karena sudah bertahan sejauh ini, melewati proses yang tidak mudah, penuh air mata, keraguan dan rasa Lelah. Terimakasih karena tidak, milih menyerah, walaupun sering merasa sendiri dalam menghadapi semuanya. Setiap langkah yang penulis ambil bukan hanya untuk menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga sebagai bukti bahwa penulis mampu berdiri dengan kaki sendiri. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari Langkah besar lainnya di masa depan, dan semoga Allah senantiasa meridhai setiap usaha yang telah dilakukan.

## KATA PENGANTAR

Puji Rabbi tuhan semesta alam, alhamdulillah robbil ‘alamin wabihi nasta’inu wa’alaa umuriddunya waddin. Washolatu wassalamu ‘alaa asyrofil anbiyai wal mursalin, wa’alaa alihi washohbihi ajma’in. Amma ba’du. Berkat rahmat dan ridho-Nya, taufik, hidayah, serta inayah-Nya selesai sudah tanggung jawab saya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi. Shalawat serta salam senantiasa tersampaikan kepada junjungan kita Nabiullah Nabi Muhammad SAW., yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dan senantiasa kita nantikan syafa’atnya di yaumul akhir kelak.

Dengan mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh *Islamic Attributes*, Citra Destinasi Dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* Yang Berkunjung Di Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas”, saya sadar betul dengan segala keterbatasan pengetahuan kiranya skripsi ini jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, arahan, serta dukungan penuh dari berbagai pihak maka akan sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kebesaran hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

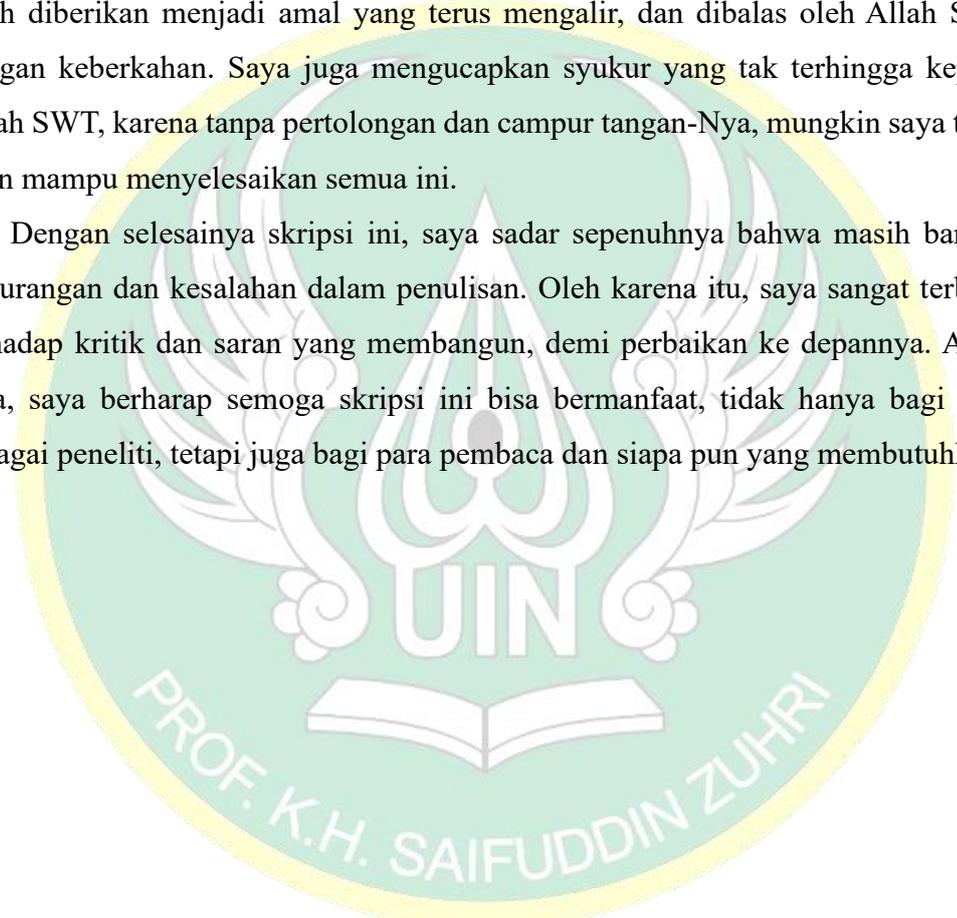
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. H. Ubaidillah, S.E., M.E.I., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga selalu dalam perlindungan Allah SWT.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta pengalamannya yang bermanfaat selama masa kuliah.
14. Kepada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas yang telah memberi akses bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian di Lokawisata Baturraden.
15. Seluruh direktur dan staf pengelola Lokawisata Baturraden, atas kesempatannya peneliti dapat melakukan penelitian di Lokawisata Baturraden.
16. Bapak Trian selaku staf pengelola Lokawisata Baturraden, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan menyusun skripsi ini.
17. Para pengunjung Lokawisata Baturraden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang peneliti berikan.

18. Perempuan terhebat yang menjadi saksi atas setiap tetes air mata, doa, dan perjuangan, seseorang yang paling berarti bagi hidup peneliti ialah Ibu Siti Roisah tersayang. Yang selalu memperjuangkan kebahagiaan peneliti dan selalu ikhlas sabar dalam mendidik peneliti.
19. Lelaki gagah yang menjadi cinta pertama peneliti ialah Bapak Daryanto. Dengan segala rasa cintanya selalu siap siaga untuk selalu ada bagi peneliti. Yang selalu memberi kritik dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan pendidikannya.
20. Perempuan terhebat kedua setelah Ibu peneliti ialah Ibu Rasiyah. Yang selalu mendukung peneliti dalam proses pendidikan.
21. Seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan yang luar biasa bagi peneliti.
22. Teman-teman seperjuangan, Ekonomi Syariah F Angkatan 2021, PBM, PPL dan KKN beserta teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu terima kasih telah menjadi tempat berproses dibangku perkuliahan ini.
23. Teman-teman penghuni kontrakan ialah Nadya Rizki Anggelita, Ika Nova Larasati, Lulu Meiliana Azizah, dan Abhel Shafanabilla yang selalu menjadi penghibur dan tempat keluh kesah saat peneliti menyusun skripsi ini.
24. Teman yang selalu membantu, mendukung, dan memotivasi peneliti ialah Dewi Fatimah. Yang selalu memberi saran dan mendoakan bagi peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
25. Teman seperjuangan Nurul Alina Darayani yang selalu mendukung dalam segala hal dalam proses perkuliahan.
26. Seseorang yang bernama MCN yang selalu mendukung dan menyemangati peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini walaupun berbeda pulau.
27. Manusia yang luar biasa yang dilahirkan sebagai seorang perempuan semata wayang. Merupakan harapan satu-satunya bagi orang tuanya yang selalu menganggap bahwa dirinya tidak bisa menghadapi kerasnya dunia tapi nyatanya ia bisa menghadapi sendiri tanpa seorang kakak atau adik. Ia percaya

bahwa selama setiap proses yang Allah ridhai maka ia percaya bahwa semua itu pasti akan baik-baik saja ialah Laela Sabilla Arrohmah.

Sebagai penutup, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu saya, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada semua yang telah mendampingi dan mendukung saya sejak awal masa perkuliahan hingga akhirnya skripsi ini bisa selesai. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal yang terus mengalir, dan dibalas oleh Allah SWT dengan keberkahan. Saya juga mengucapkan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena tanpa pertolongan dan campur tangan-Nya, mungkin saya tidak akan mampu menyelesaikan semua ini.

Dengan selesainya skripsi ini, saya sadar sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun, demi perbaikan ke depannya. Akhir kata, saya berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat, tidak hanya bagi saya sebagai peneliti, tetapi juga bagi para pembaca dan siapa pun yang membutuhkan.



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
D. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka.....	14
B. Kerangka Teori .....	20
C. Landasan Teologis.....	36
D. Kerangka Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	45
D. Populasi dan Sampel .....	46
E. Variabel dan Indikator Penelitian .....	49

F. Sumber Data.....	54
G. Teknik Pengumpulan Data .....	55
H. Teknik Analisis Data .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
1. Sejarah Baturraden .....	63
2. Letak Geografis Objek Lokawisata Baturraden.....	65
3. Gambaran Organisasi UPT Lokawisata Baturraden .....	67
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	68
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
2. Karakteristik responden berdasarkan rentang usia.....	69
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	71
C. Hasil Penelitian .....	71
1. Uji Instrumen Data.....	71
2. Uji Asumsi Klasik .....	75
3. Analisis Linier Berganda.....	79
4. Uji Hipotesis .....	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>147</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata yang Dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas 2023 .....	3
Tabel 1. 2 Fasilitas yang Ada dan Tidak Ada di Lokawisata Baturraden.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Tabel Indikator Penelitian .....	50
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert .....	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	69
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Grafik Scattreplot .....	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji t (Parsial).....	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan).....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	86

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Jumlah Wisatawan di Lokawisata Baturraden 2019-2023..... 7



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Penelitian Secara Parsial .....	39
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi UPT Lokawisata Baturraden.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Islamic Attributes</i> .....	107
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner Variabel Citra Destinasi.....	113
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner Variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya .....	119
Lampiran 5. Tabulasi Data Kuisioner Variabel <i>Islamic Tourist Satisfaction</i> ..	130
Lampiran 6. Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>Islamic Attributes</i> (X1) .....	136
Lampiran 7. Hasil Output Uji Validitas Variabel Citra Deatinasi (X2).....	136
Lampiran 8. Hasil Output Uji Validitas Variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X3).....	137
Lampiran 9. Hasil Output Uji Validitas Variabel <i>Islamic Tourist Satisfaction</i> (Y) .....	137
Lampiran 10. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X1 .....	138
Lampiran 11. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X2 .....	138
Lampiran 12. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X3 .....	138
Lampiran 13. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y .....	138
Lampiran 14. Hasil Output Uji Normalitas.....	139
Lampiran 15. Hasil Output Uji Multikolinearitas .....	139
Lampiran 16. Hasil Output Uji Heterokedastisitas .....	139
Lampiran 17. Hasil Output Uji Linier Berganda .....	140
Lampiran 18. Hasil Output Uji t (parsial) .....	140
Lampiran 19. Hasil Output Uji F (simultan).....	140
Lampiran 20. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi .....	141
Lampiran 21. Dokumentasi Penelitian.....	141
Lampiran 22. Bukti Penyebaran Kuesioner .....	144
Lampiran 23. Surat Izin Observasi Pendahuluan.....	145
Lampiran 24. Surat Izin Riset Individu.....	146

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata adalah salah satu industri strategis yang memiliki peran besar dalam perekonomian global. Industri ini menjadi salah satu sektor terbesar di dunia karena banyak negara menjadikannya sumber devisa utama (Gelgel, 2006). Melalui itu pariwisata, negara-negara memperoleh pemasukan yang signifikan dari kunjungan wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Lebih dari itu pariwisata juga berperan penting dalam mempererat hubungan antar negara, mempromosikan budaya, serta memperkuat citra positif suatu bangsa. Industri pariwisata diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 3,8% pada tahun 2023, menghasilkan devisa negara sebesar 10,46 miliar USD, memberikan sumbangan positif terhadap nilai ekonomi kreatif sebesar 1.050 triliun IDR, menghasilkan ekspor sebesar 17,38 miliar USD, dan mencatatkan 688,78 juta pergerakan wisatawan nusantara hingga Oktober 2023. (Kemenparekraf, 2023). Dan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia meningkat dari Desember 2023 sebanyak 1,14 juta kunjungan hal ini akan berdampak pada kenaikan devisa negara (BPS, 2024). Peningkatan jumlah tersebut membuat Indonesia menjadi tujuan utama bagi wisatawan muslim sejak dirilisnya Global Muslim Travel Index (GMTI) pada tahun 2023.

Sebagai fenomena yang terus berkembang, pariwisata halal telah membuka peluang pasar yang sangat menjanjikan. Pariwisata halal dijelaskan sebagai lokasi wisata yang menyediakan fasilitas yang sesuai dengan ajaran islam untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan muslim dan mencapai keramahtamahan muslim (Sarpini & Aziz, 2023). Menurut Mutaqin (2022) beberapa ahli menjelaskan bahwa pengembangan konsep pariwisata halal di Indonesia saat ini lebih banyak berfokus pada hal-hal teknis, seperti menyediakan hotel syariah, memastikan makanan dan

minuman halal di restoran serta menyediakan transportasi yang sesuai untuk wisatawan syariah. Dalam ekonomi islam penting juga untuk mempertimbangkan prinsip nilai-nilai islam dalam berwisata dalam hal ini wisatawan muslim bukan tidak mungkin menjadi segmen baru dalam pengembangan pariwisata global (Sochimin, 2022). Dengan pesatnya perkembangan ekonomi islam dan semakin tingginya kesadaran umat muslim akan identitas keagamaan mereka, banyak wisatawan muslim kini cenderung memilih destinasi wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam atau budaya tetapi juga menyediakan fasilitas yang mendukung kebutuhan religius mereka. Menurut laporan dari *Mastercard-CrescentRating*, jumlah wisatawan muslim diperkirakan mencapai 140 juta pada tahun 2023. Dan Indonesia menjadi predikat *Top Muslim Friendly Destination of the Year* pada tahun 2023 (*RescentsRating*, 2023). Hal ini menunjukkan potensi besar bagi destinasi yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.

Lokawisata Baturraden di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah merupakan destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam pegunungan dan beragam atraksi menarik. Terletak di kaki Gunung Slamet, Baturraden menjadi destinasi pilihan populer bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Lokawisata Baturraden tidak hanya menawarkan panorama alam tetapi juga berbagai fasilitas pendukung seperti taman bermain, kolam pemandian air panas dan jalur trekking yang cocok untuk pecinta alam. Selain itu pengunjung dapat menikmati kuliner khas daerah Banyumas yang tersedia di sekitar Lokasi. Dengan keindahan dan kelengkapannya, Baturraden terus menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari suasana sejuk dan menyegarkan. Pada tahun 2023, tercatat sebanyak 372.951 orang mengunjungi Baturraden, menjadikannya salah satu lokawisata dengan jumlah pengunjung tertinggi di Banyumas (BPS, 2024). Seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Pengunjung Objek Wisata yang Dikelola oleh Pemerintah**  
**Kabupaten Banyumas 2023**

Obyek Wisata <i>Tourism Object</i>		2022	2023
1	Taman Rekreasi Andhang Pangrenan - Purwokerto Selatan	56.607	77.374
2	Taman Hiburan dan Rekreasi (THR) Panglima Besar Soedirman – Karanglewas	77.716	99.018
3	Museum Wayang – Banyumas	15.167	16.536
4	Pemandian Tirta Husada Kalibacin – Rawalo	10.126	9.929
5	Gedung Kesenian Soetedja - Purwokerto Selatan	9815	12.385
6	Lokawisata Baturraden	408.476	372.951
7	Taman Apung Maskemambang - Purwokerto Utara	274.427	439.746
8	Menara Teratai - Purwokerto Timur 1	165.110	160.619
9	Taman Botani - Baturraden 1	3.400	42.427
10	Bumi Perkemahan Kendalisada – Kalibagor	2.040	5.625
11	Curug Gemawang – Somagede	321	116
12	Kolam Renang Tirta Kembar - Purwokerto Utara	12.692	7.644
	<b>Banyumas</b>	<b>1.035.897</b>	<b>1244.370</b>

(BPS,2023)

Menurut Syufa'at & Zayyadi (2023) bagi seorang muslim, berwisata erat kaitannya dengan segmen pasar namun tetap tidak meninggalkan kewajiban beribadah. Kekayaan potensi wisata di Baturraden dapat dikembangkan menuju industri wisata halal sesuai prinsip syariah. Lokawisata Baturraden ini memiliki beberapa ketentuan tempat wisata yang berbasis syariah yang sudah ditetapkan pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 (Muchtar, 2020). Industri pariwisata di Baturraden terinspirasi dari lingkungan, tradisi, dan objek wisata buatan manusia setempat, yang semuanya dibentuk oleh prinsip-prinsip Islam. Infrastruktur, layanan, dan bantuan yang ditawarkan oleh penduduk setempat, bisnis, dan pemerintah semuanya sejalan dengan hukum syariah.

Dalam konteks pariwisata halal atribut islam merujuk pada berbagai elemen yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim. Elemen-elemen ini meliputi fasilitas ibadah,

ketersediaan makanan halal dan penerapan nilai-nilai islam dalam pelayanan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irda et al. (2019), menunjukkan bahwa keberadaan atribut islam yang memadai dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim, oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi sejauh mana Lokawisataa Baturraden menyediakan atribut tersebut dan bagaimana pengaruhnya terhadap pengalaman wisatawan.

Citra sebuah destinasi memiliki peran penting dalam menarik perhatian wisatawan. Citra yang positif yang terbentuk melalui promosi yang baik serta pengalaman pengunjung yang memuaskan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung (Kotler & Keller, 2008). Dalam hal ini, penelitian ini akan mengkaji bagaimana citra Lokawisata Baturraden sebagai destinasi wisata yang ramah muslim dapat mengetahui tingkat kepuasan wisatawan. Pemahaman yang lebih mendalam tentang citra destinasi ini diharapkan dapat membantu merancang strategi pemasaran pariwisata yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Nilai lingkungan sosial budaya mencakup keramahan penduduk lokal, toleransi dan penghormatan terhadap nilai-nilai islam. Penelitian menunjukkan bahwa wisatawan cenderung merasa lebih puas ketika mereka dapat merasakan dan menghargai budaya lokal (Yayuk & Hartono, 2021). Dalam penelitian ini, akan dianalisis bagaimana nilai-nilai sosial budaya yang ada di Lokawisata Baturraden berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan muslim. Hal ini penting untuk mempertahankan keaslian budaya sambil meningkatkan kepuasan pengunjung

Kepuasan wisatawan (*satisfaction*) adalah salah satu indikator utama untuk menilai keberhasilan suatu tempat wisata. Kepuasan ini mencerminkan sejauh mana wisatawan merasa puas sebagai pengguna atau penikmat layanan di destinasi tersebut. Tingkat kepuasan dapat dilihat dari penilaian keseluruhan yang mereka berikan, yang sangat dipengaruhi oleh kualitas pengalaman dan manfaat yang mereka rasakan selama mengunjungi tempat wisata tersebut (Hanif & Mawardi, 2016). Secara

khusus, kepuasan wisatawan muslim menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan wisata halal yang berkelanjutan. Yooni (2005) dalam Muzaffer Uysal (2014) mengungkapkan bahwa wisatawan yang merasa puas memiliki peluang besar untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian mengenai tingkat kepuasan wisatawan sangat penting dilakukan terutama dalam rangka mendukung pengembangan industri pariwisata yang lebih kompetitif dan berkelanjutan (Busyairi, 2020).

Kepuasan wisatawan juga menjadi komponen utama dalam industri pariwisata karena berperan langsung dalam meningkatkan loyalitas terhadap destinasi wisata tertentu, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan pendapatan nasional. Oleh karena itu, berbagai upaya dalam industri pariwisata terus diarahkan untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan melalui pengelolaan destinasi yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan pengunjung (Irda et al., 2019).

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada kepuasan wisatawan tetapi juga pada dampak dari *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap kepuasan tersebut. Dengan memahami faktor-faktor ini, pengelola destinasi dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan muslim juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan pendapatan dari sektor pariwisata.

Lokawisata Baturraden telah berupaya menyediakan berbagai fasilitas yang ramah muslim untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang berkunjung seperti, mushola yang bersih dan nyaman. Selain itu, keberadaan restoran yang memiliki sertifikat halal memberikan jaminan kepada wisatawan bahwa makanan yang disediakan sesuai dengan prinsip syariah (Syufa'at & Zayyadi, 2023). Pemerintah Kabupaten Banyumas juga aktif mengadakan berbagai festival dan acara budaya di Baturraden untuk meningkatkan citra destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan. Misalnya Festival Baturraden yang diharapkan dapat mendongkrak kunjungan wisatawan dan memberikan kesempatan kepada komunitas seni

budaya untuk berinovasi (Antara News, 2023). Namun menurut data dari Kompas (2023), sekitar 60% wisatawan muslim yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden mengeluhkan kurangnya fasilitas yang memenuhi standar syariah serta minimnya pemahaman masyarakat lokal mengenai nilai-nilai Islam. Isu ini menjadi perhatian penting karena dapat mempengaruhi daya tarik Lokawisata Baturraden sebagai destinasi wisata halal yang potensial. Adapun fasilitas yang ada dan tidak ada di Lokawisata Baturraden disebutkan pada tabel berikut (Bobobox, 2023):

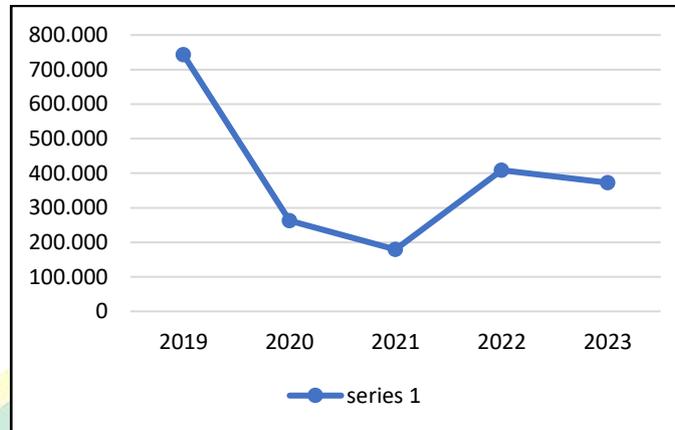
**Tabel 1. 2**  
**Fasilitas yang Ada dan Tidak Ada di Lokawisata Baturraden**

<b>Fasilitas Yang Ada Di Lokawisata Baturraden</b>	<b>Fasilitas Yang Tidak Ada Di Lokawisata Baturraden</b>
Mushola bersih untuk beribadah	Tempat hiburan malam
Makanan halal	Penjualan/minuman alkohol
Toilet umum	Hotel/penginapan di dalam area wisata
Kolam renang dan pemandian air panas	Toilet ramah difabel
Air terjun	Informasi layanan dalam berbagai bahasa
Fasilitas ramah disabilitas	
Area parkir	
Taman dan kebun bunga	
Wahana permainan anak	
Papan informasi sederhana	

(Bobobox,2023)

Adapun tantangan seperti penurunan jumlah pengunjung pada periode tertentu menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih efektif dan peningkatan kualitas layanan. Data menunjukkan bahwa pada liburan tahun 2023, terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebesar 15,96% dari 408.476 ke 372.951 pengunjung, sangat berbeda dibandingkan tahun sebelumnya (Dimas Satria, 2023). Dipaparkan melalui tabel berikut:

**Grafik 1. 1**  
**Jumlah Wisatawan di Lokawisata Baturraden 2019-2023**



(Dimas Satria, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Ihsan et al., (2024) menunjukkan bahwa *islamic attributes* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan meningkat karena adanya *islamic attributes*. Misalnya tersedianya fasilitas seperti masjid di area wisata dan makanan halal di tempat wisata. Dengan begitu, wisatawan muslim tidak perlu khawatir ketika waktu sholat tiba dan lebih mudah menemukan makanan halal. Penelitian lain yang dilakukan oleh Muna & Karlina (2020) juga menunjukkan bahwa *islamic attributes* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Atribut islam mencerminkan adanya normal, nilai dan praktik yang sesuai dengan kegiatan bisnis pariwisata, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan atribut ini sangat penting untuk diperhatikan (Melika Naifah Antoni, 2020). Selain itu, pengelola wisata harus dapat mempertimbangkan apa yang telah dibutuhkan wisatawan islam saat mereka memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata (Irda et al., 2019). Dengan demikian, penting untuk mengetahui lebih dalam bagaimana cara penerapan atribut islam untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Septiandari et al., (2021) menjelaskan bahwa citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Menurut Wulandani (2022) citra

destinasi perlu dibangun secara positif untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, dalam hal ini citra destinasi memainkan peran penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Seperti hasil penelitian oleh Basra (2023) bahwa citra destinasi memengaruhi kepuasan wisatawan. Citra destinasi terbentuk ketika terjadi peningkatan atau penurunan wisatawan. Oleh karena itu, citra destinasi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novia et al., (2022) menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial dan budaya lingkungan memiliki dampak positif pada kepuasan wisatawan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai-nilai tersebut dapat membantu menjaga keberlanjutan budaya, memperkuat hubungan sosial, meningkatkan rasa aman dan nyaman serta memuaskan penduduk lokal. Selain itu, nilai-nilai ini juga menjadi daya tarik yang membuat wisatawan ingin kembali berkunjung. Beberapa penelitian sebelumnya telah memaparkan pentingnya nilai-nilai sosial dan budaya dalam membentuk pengalaman wisatawan muslim (Battour & Ismail, 2016). Penelitian yang lain juga menjelaskan pentingnya integrasi nilai budaya lokal dalam menciptakan destinasi yang menarik dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan (Cohen & Cohen, 2012). Oleh karena itu, pentingnya nilai lingkungan sosial budaya berada pada daftar prioritas utama bagi wisatawan dalam hal ini. Kesenangan wisatawan berbanding lurus dengan peningkatan lingkungan sosial budaya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa masih ada kekurangan dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang bisa menjadi alasan penting dilakukannya penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu memang sudah membahas tentang *Islamic attributes*, citra destinasi, atau nilai-nilai sosial budaya, namun sebagian besar hanya meneliti satu atau dua variabel saja, tidak secara menyeluruh dan bersamaan. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan di kota-kota besar atau destinasi wisata yang sudah terkenal sebagai wisata halal, sedangkan Lokawisata Baturraden sebagai salah satu destinasi wisata lokal yang telah ditetapkan sebagai

wisata berbasis syariah justru belum banyak diteliti secara mendalam. Padahal, kenyataannya masih ada keluhan dari wisatawan muslim mengenai kurangnya fasilitas yang sesuai dengan prinsip Islam serta minimnya pemahaman masyarakat sekitar terhadap nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan guna meneliti secara lengkap bagaimana pengaruh Islamic attributes, citra destinasi, dan nilai-nilai sosial budaya terhadap kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan masukan yang bermanfaat bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah agar dapat mengembangkan destinasi halal yang lebih baik dan sesuai kebutuhan wisatawan muslim.

Mengingat potensi besar pariwisata Islam di Indonesia dan semakin meningkatnya minat wisatawan muslim untuk mengunjungi destinasi yang ramah muslim, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya di Lokawisata Baturraden dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan muslim. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan muslim, pengelola destinasi.

Perlu memerhatikan atribut islam, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya. Hal ini mencakup penyediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan religius, peningkatan kualitas layanan serta promosi yang efektif untuk membangun citra positif destinasi.

Dengan demikian pengaruh *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan muslim) yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden sangat signifikan. Upaya peningkatan di ketiga aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong loyalitas mereka untuk berkunjung kembali.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang dibentuk sebagai bahan penelitian diantaranya:

1. Apakah terdapat pengaruh antara *Islamic attributes* terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden?
2. Apakah terdapat pengaruh antara citra destinasi terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden?
3. Apakah terdapat pengaruh antara nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh *Islamic attributes* terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.
- b. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.
- c. Menganalisis pengaruh nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.
- d. Menganalisis pengaruh *Islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budayaterhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.

#### 2. Manfaat Penelitian

Harapan untuk hasil penelitian ini yaitu dapat bermanfaat baik secara teoritis dan ptaktis diantaranya:

##### a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya di Lokawisata Baturraden.

##### b. Secara Praktis

1) Bagi Industri Pariwisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri pariwisata untuk menjadi pertimbangan manajemen pariwisata, khususnya mengenai pengaruh *Islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.

2) Bagi Pemerintah dan Pengelola Destinasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk pengembangan pariwisata halal di Banyumas khususnya di Lokawisata Baturraden, mengetahui faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim, dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan Lokawisata Baturraden sebagai destinasi wisata halal.

3) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat memahami pentingnya menciptakan pariwisata yang terbuka untuk semua orang, termasuk wisatawan dengan berbagai kebutuhan. Selain itu, pariwisata yang inklusif ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi masyarakat setempat, seperti membuka peluang usaha baru dan meningkatkan pendapatan warga.

4) Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah tugas akhir dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Prof. K.H Saifudin Zuhri Purwokerto.

5) Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan pada peneliti berikutnya terutama mengenai pengaruh *islamic attributes* citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* di Lokawisata Baturraden.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan merupakan tata urutan atau kerangka penyusunan penelitian yang dirancang untuk mempermudah pemahaman terhadap struktur alur penelitian. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan disusun oleh peneliti:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menyajikan beberapa bagian penting yang menjadi dasar dari keseluruhan penelitian. Bagian pertama adalah latar belakang yang menjelaskan alasan serta urgensi dilakukannya penelitian ini. Selanjutnya, dirumuskan permasalahan yang ingin dikaji secara lebih mendalam. Bab ini juga memuat tujuan dari penelitian yang ingin dicapai, serta manfaat yang diharapkan, baik secara teoritis maupun praktis. Terakhir, dijelaskan sistematika penulisan skripsi agar pembaca dapat memahami alur dan susunan isi dari setiap bab yang disajikan.

##### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini membahas berbagai dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Teori-teori tersebut berkaitan dengan variabel yang akan dianalisis sebagai dasar penelitian. Selain itu, terdapat landasan teologis yang memuat ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan topik penelitian. Bab ini juga mencakup kajian pustaka, yaitu tinjauan terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan objek yang sedang dikaji. Selain itu, terdapat rumusan hipotesis yang bertujuan untuk memberikan arah yang jelas bagi peneliti. Terakhir kerangka penelitian disaji dalam bentuk bagan yang menjadi dasar pemikiran dalam proses penelitian.

##### **BAB III : Metodologi Penelitian**

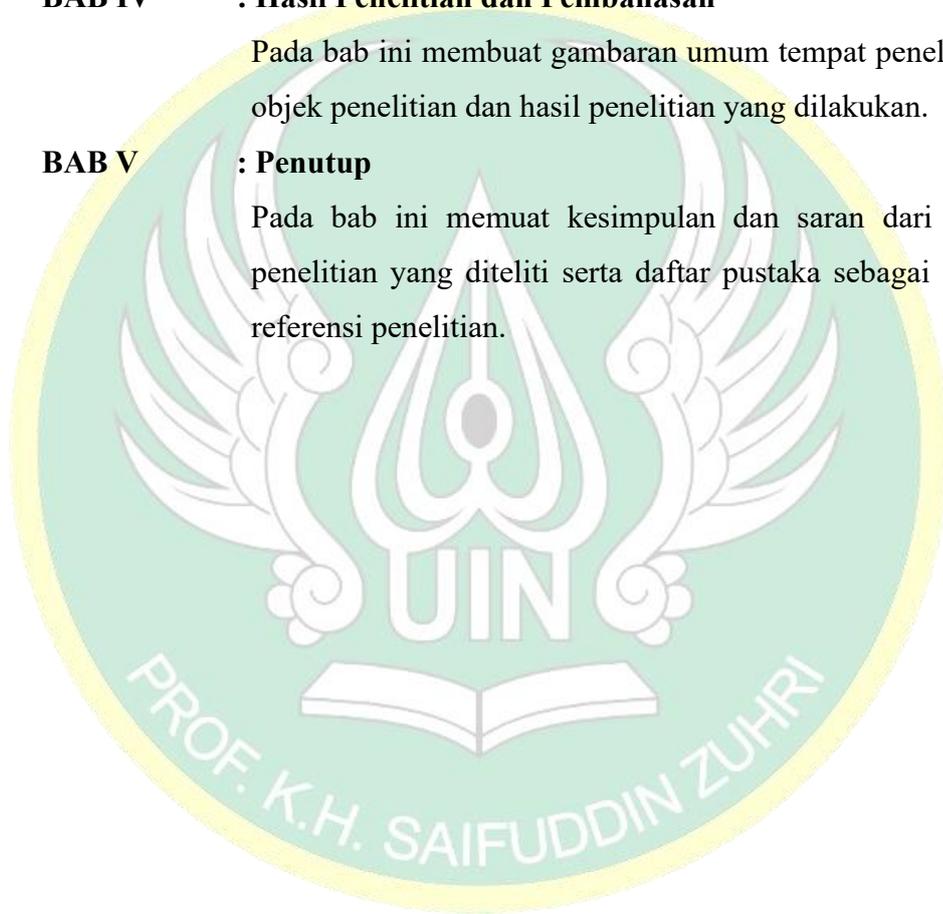
Bab ini berisi rencana penelitian, termasuk jenis penelitian, waktu dan tempat pelaksanaannya serta informasi tentang populasi dan sampel yang digunakan. Penelitian ini mengumpulkan data dari berbagai sumber melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Setelah semua data dari kuesioner terkumpul, analisis data akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian.

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini membuat gambaran umum tempat penelitian, objek penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan.

**BAB V : Penutup**

Pada bab ini memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diteliti serta daftar pustaka sebagai dasar referensi penelitian.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah proses mempelajari teori-teori yang sudah ada sebelumnya. Dalam menyusun penelitian ini, peneliti merujuk pada berbagai jurnal yang relevan dengan variabel yang akan diteliti. Langkah ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman awal sebelum menganalisis pengaruh *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *islamic tourist satisfaction* yang berkunjung di Lokawisata Baturraden. Dengan memahami referensi yang sudah ada, peneliti dapat menyusun penelitian yang lebih terarah dan didukung oleh landasan teori yang kuat.

Berikut adalah beberapa penelitian lain yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini, meskipun judulnya berbeda. Penelitian-penelitian tersebut tetap relevan karena membahas topik yang serupa diantaranya:

1. Penelitian yang ditulis oleh (Irda et al., 2019) yang berjudul “*Pengaruh Islamic Attributes dan Quality Service Terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang.*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa *islamic attributes* dan *quality service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Padang sebagai destinasi Islami. Dengan kata lain semakin baik penerapan nilai-nilai islam dalam layanan pariwisata serta semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan asing yang memilih kota Padang sebagai tujuan wisata mereka.
2. Penelitian yang ditulis oleh (Manoppo & Santosa, 2023) yang berjudul “*Pengaruh Destination Image, Destination Service Quality, Perceived Value Terhadap Revisit Intention dengan Tourist Satisfaction.*” Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti yaitu citra

destinasi, kualitas layanan destinasi dan nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Artinya semakin baik citra suatu destinasi, semakin tinggi kualitas layanannya dan semakin besar nilai yang dirasakan oleh wisatawan, maka kepuasan wisatawan juga akan meningkat, peningkatan kepuasan ini kemudian berkontribusi pada meningkatnya keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut dimasa mendatang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Sinatria, 2023) yang berjudul *“Pengaruh Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Untuk Mengunjungi Kembali Pantai Daerah Yogyakarta.”* Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel, baik variabel independent maupun dependen, memiliki hubungan yang saling mempengaruhi secara positif. Artinya semakin baik pengalaman wisata semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Selain itu, citra destinasi yang positif juga berdampak langsung pada peningkatan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk kembali mengunjungi pantai di daerah Yogyakarta.
4. Penelitian yang ditulis oleh (Novia et al., 2022) yang berjudul *“Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi.”* Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan muslim serta nilai-nilai lingkungan sosial dan budaya di sekitar lokasi wisata memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Namun tingkat religiusitas wisatawan itu sendiri ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka dalam berwisata.
5. Penelitian yang dilakukan (Ramadhan et al., 2024) dengan judul *“Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Dampak Moderasi Religiusitas di Sumatera Barat.”* Peneliti ini menemukan bahwa wisata halal memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Dengan ini bahwa semakin baik

penerapan konsep wisata halal, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh para wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek halal dalam industri pariwisata menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang lebih nyaman sesuai prinsip kehalalan dalam berwisata.

6. Penelitian yang ditulis oleh (Basra, 2023) yang berjudul “*Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal Dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Kota Banda Aceh)*.” Hasil penelitian mengungkapkan bahwa citra suatu destinasi wisata dan loyalitas wisatawan secara bersamaan memiliki pengaruh yang kuat serta signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Keduanya berperan penting dalam menentukan seberapa puas wisatawan terhadap pengalaman yang mereka dapatkan.
7. Penelitian yang ditulis (Muna & Karlina, 2020) yang berjudul “*Pengaruh Islamic Attribute Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pengunjung Wisata Religi Di Makam Mbah Sayyid Sulaiman*.” Penelitian ini menunjukkan bahwa atribut-atribut islam memiliki dampak positif terhadap tingkat kepuasan, kepercayaan dan loyalitas wisatawan. Semakin kuat penerapan nilai-nilai islam dalam suatu destinasi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Kepuasan ini kemudian berkontribusi pada meningkatnya kepercayaan terhadap layanan yang diberikan yang mendorong loyalitas wisatawan untuk kembali berkunjung.

Berikut ini disajikan tabel yang memuat hasil penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi utama dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini. Tabel ini berisi berbagai studi yang relevan dan menjadi dasar dalam mengembangkan kerangka penelitian yang lebih komprehensif sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama dan Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Irda, Reni Yuliviona dan Elfitra Alziyanti (2019). Pengaruh <i>Islamic Attributes</i> dan <i>Quality Service</i> Terhadap <i>Islamic Tourist Satisfaction</i> Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>islamic attributes</i> dan <i>quality servise</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Padang sebagai destinasi wisata Islami.	Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel yang berbeda. Di penelitian ini menggunakan variabel citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya. Persamaannya yaitu meneliti tentang variabel <i>islamic attributes</i> dan <i>islamic tourist satisfaction</i> .
2.	Sulistiawati Manoppo dan Suryono Budi Santosa, (2023). Pengaruh <i>Destination Image, Destination Service Quality, Perceived Value</i> Terhadap <i>Revisit Intenstion</i> dengan <i>Tourist Satisfaction</i> .	Penelitian menghasilkan semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>satisfaction</i> .	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terletak pada perbedaan variabel. Penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel <i>islamic attributes</i> dan nilai lingkungan sosial budaya. Persamaannya terletak pada variabel <i>destination image</i> (citra destinasi) dan <i>tourist satisfaction</i> .
3.	Naufal Sinatria (2023). Pengaruh Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi	Penelitian menghasilkan bahwa semua variabel baik dependen ataupun	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Naufal Sinatria dengan penelitian ini

No.	Nama dan Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
	Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Untuk Mengunjungi Kembali Pantai Daerah Istimewa Yogyakarta	independen saling berpengaruh positif. Seperti pengalaman wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan dan citra destinasi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.	terletak pada variabel dan objek. Penelitian ini tidak membahas tentang variabel pengaruh pengalaman wisata dan tidak membahas objek untuk mengunjungi kembali tempat wisata. Persamaannya meneliti tentang variabel citra destinasi dan kepuasan wisatawan ( <i>tourist satisfaction</i> ).
4.	Aidil Novia, Arif Septianda, Selvi Septiana, Farhana Aini Fauziahh, Jihan Fauziah, Renaldi Firmando, Azmi Hakim (2022). Pengaruh <i>Muslim Friendly Destination</i> , Nilai Lingkungan Sosial Budaya dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Bukittinggi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>muslim friendly destination</i> dan nilai lingkungan sosial budaya sekitar memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Namun tingkat religiusitas wisatawan sendiri ternyata memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan mereka saat berwisata.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu pada variabel. Penelitian ini tidak membahas tentang <i>muslim friendly destination</i> dan religiusitas. Persamaannya terletak pada variabel nilai lingkungan sosial budaya serta variabel kepuasan wisatawan ( <i>tourist satisfaction</i> ).
5.	Sri Ramadhan, Rangga Wisanggara, Alfi Syukri Rama dan Tata Asriandra Putri (2024). Pengaruh	Penelitian menghasilkan bahwa pengaruh wisata halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu pada variabel. Penelitian ini tidak membahas tentang

No.	Nama dan Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
	Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Dampak Moderasi Religiusitas di Sumatera Barat.		Pengaruh wisata halal dan dampak moderasi religiusitas. Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini hanya pada variabel kepuasan wisatawan ( <i>tourist satisfaction</i> ).
6.	Alfaathir Basra (2023). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal Dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Kota Banda Aceh).	Penelitian menunjukkan bahwa citra sebuah destinasi dan loyalitas wisatawan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan secara bersamaan terhadap tingkat kepuasan wisatawan.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu tidak membahas variabel loyalitas. Persamaannya terletak pada variabel citra destinasi dan kepuasan wisatawan.
7.	Naily El Muna & Watisatul Karlina, (2020). Pengaruh <i>Islamic Attribute</i> Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pengunjung Wisata Religi Di Makam Mbah Sayyid Sulaiman.	Penelitian menghasilkan <i>islamic attributes</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas wisatawan.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen. Penelitian ini tidak membahas variabel kepercayaan dan loyalitas. Persamaannya meneliti tentang <i>islamic attributes</i> dan kepuasan wisatawan ( <i>tourist satisfaction</i> ).

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti *islamic attributes* (atribut islam), citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan muslim. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin baik penerapan nilai-nilai islamm dalam layanan wisata, seperti tersedianya

fasilitas ibadah, makanan halal dan lingkungan yang mendukung kenyamanan wisatawan muslim, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Selain itu, citra destinasi yang baik seperti kebersihan, keamanan keindahan alam serta keramahan penduduk lokal juga berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Selain itu, nilai lingkungan sosial budaya juga menjadi faktor yang berperan dalam pengalaman wisatawan. Destinasi yang memiliki budaya yang selaras dengan nilai-nilai islam dan lingkungan yang ramah terhadap wisatawan muslim cenderung lebih diminati. Peneliti sebelumnya juga membuktikan bahwa wisatawan yang puas dengan pengalaman mereka lebih cenderung untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Meskipun beberapa penelitian terdahulu menggunakan variabel yang berbeda seperti loyalitas wisatawan, kualitas layanan, pengalaman wisata, atau religiusitas individu, penelitian ini lebih foks pada kombinasi islamic attributes, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya untuk memahami bagaimana ketiga faktor ini memengaruhi kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden, Kabupaten Banyumas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang membuat wisatawan muslim merasa puas dan nyaman saat berkunjung ke destinasi wisata di daerah tersebut.

## **B. Kerangka Teori**

Berikut adalah beberapa teori yang digunakan oleh peneliti sebagai landasan dalam melakukan penelitian:

### **1. *Grand Theory* Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan merupakan indikator keberhasilan sebuah organisai dalam membangun loyalitas wisatawan. Menurut Gunderson et al., (1996) Salah satu cara untuk mengukur kualitas suatu produk atau layanan adalah dengan menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka setelah menggunakannya. Kepuasan secara keseluruhan, yang

mencakup seberapa senang atau tidak senangnya pelanggan terhadap semua fitur dan komponen suatu produk atau layanan, merupakan salah satu cara untuk menilai kepuasan konsumen. Baker dan Crompton (2000) juga menyatakan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional dan kognitif yang dirasakan setelah seseorang mengalami suatu perjalanan wisata.

Dalam memahami kepuasan wisatawan, salah satu teori yang paling banyak digunakan adalah *Expectancy-Disconfirmation Theory* yang dikembangkan oleh Oliver pada tahun 1980. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan muncul sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi sebelum perjalanan dengan kenyataan yang dialami wisatawan. Ketika kenyataan melebihi ekspektasi, terjadi *disconfirmation* positif yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya jika kenyataan lebih rendah dari ekspektasi maka terjadi *disconfirmation* negatif yang menyebabkan ketidakpuasan.

Selain itu, *Tourism Satisfaction Model* yang dikembangkan oleh Pizam, Neumann dan Reichel pada tahun 1978 menawarkan perspektif yang lebih terstruktur dalam mengukur kepuasan wisatawan. Model ini membagi pengalaman wisata menjadi beberapa komponen utama, seperti akomodasi, restoran, atraksi wisata serta interaksi dengan masyarakat lokal. Menurut model ini, kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi merupakan akumulasi dari kepuasan terhadap setiap elemen tersebut. Dengan demikian, pemahaman terhadap setiap komponen menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan wisatawan secara keseluruhan.

Teori lain yang juga relevan dalam memahami kepuasan wisatawan adalah *Push-Pull Theory* yang dikembangkan oleh Dann pada tahun 1977 dan diperluas oleh Crompton pada tahun 1979. Teori ini menjelaskan bahwa motivasi wisatawan terdiri dari dua faktor utama, yaitu faktor “*push*” dan faktor “*pull*”. Faktor *push* merupakan motivasi internal yang mendorong seseorang untuk berwisata, seperti keinginan untuk bersantai atau mencari pengalaman baru. Sementara itu, faktor

“*pull*” berkaitan dengan daya tarik destinasi wisata, seperti keindahan alam, budaya atau fasilitas yang ditawarkan. Ketika faktor “*push*” dan “*pull*” selaras, maka tingkat kepuasan wisatawan cenderung lebih tinggi.

Seiring perkembangan penelitian dalam bidang pariwisata berbagai studi telah mencoba mengintegrasikan beberapa teori di atas untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kepuasan wisatawan. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Kozak dan Rimmington (2000) serta Chen dan Chen (2010) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh ekspektasi dan kualitas layanan, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan, citra destinasi serta faktor sosial dan budaya. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi bagaimana wisatawan menilai pengalaman mereka secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, kepuasan wisatawan adalah hasil dari interaksi antara harapan, pengalaman nyata, kualitas layanan, dan respons emosional wisatawan. Dengan memahami berbagai teori kepuasan wisatawan, pengelola destinasi dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing destinasi wisata.

## 2. Variabel *Islamic Attributes*

### a. Pengertian *Islamic Attributes*

Battour et al., (2011) menegaskan bahwa atribut-atribut islam memiliki peran krusial dalam menggantikan nilai-nilai adab serta praktik-praktik keislaman yang berkaitan dengan destinasi wisata. Seiring dengan perkembangan industri pariwisata global, perhatian terhadap konsep-konsep baru seperti *halal tourism*, *halal hospitality* dan *halal-friendly travel* semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Konsep-konsep ini dikembangkan untuk memberikan pengalaman perjalanan yang tidak hanya nyaman tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip islam sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim secara normal.

Atribut islam dalam berwisata mencakup berbagai aspek yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan khusus wisatawan muslim. Salah satu aspek utama adalah ketersediaan makanan dan minuman halal yang memastikan bahwa wisatawan dapat menikmati hidangan tanpa khawatir mengenai kehalalannya. Selain itu, fasilitas ibadah yang memadai seperti mushola atau masjid dengan perlengkapan yang lengkap, turut mendukung kenyamanan wisatawan dalam menjalankan ibadah selama perjalanan. Berbagai fasilitas pendukung lainnya seperti informasi arah kiblat, tempat wushu yang bersih serta kebijakan hotel dan objek wisata yang menghormati nilai-nilai islam juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan bagi wisatawan muslim (Zamanai-Farahni & Henderson, 2010).

Menurut Battour dan Ismail (2016), keberadaan islamic attributes atau atribut-atribut islam dalam suatu destinasi wisata memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kenyamanan serta memenuhi kebutuhan unik wisatawan muslim. Hal ini dikarenakan atribut-atribut tersebut mencerminkan penghormatan terhadap keyakinan dan gaya hidup religius mereka. Selain itu keberadaan atribut-atribut islam disuatu destinasi juga menjadi indikator bahwa tempat tersebut mendukung konsep wisata yang ramah muslim serta bersifat bagi wisatawan dengan latar belakang keislaman.

Lebih lanjut, *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku seseorang termasuk dalam memilih destinasi wisata, sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu keyakinan individu, norma sosial dan control diri. Dalam konteks wisatawan muslim, keberadaan islamic attributes di suatu destinasi dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap preferensi mereka dalam menentukan tujuan wisata. Dengan adanya fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam,

wisata muslim cenderung merasa lebih nyaman dan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Dengan demikian, destinasi wisata yang mampu menyediakan *islamic attributes* secara optimal tidak hanya dapat meningkatkan daya tariknya di kalangan wisata muslim, tetapi juga berpotensi besar dalam meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata yang memperhatikan kebutuhan spesifik wisatawan muslim dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan industri pariwisata.

b. Indikator *Islamic Attributes*

*Islamic attributes* dalam penelitian Battour et al., (2011) mencakup berbagai indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu destinasi wisata atau layanan pariwisata memenuhi nilai-nilai islam. salah satu indikator yang terpenting adalah (1) Ketersediaan tempat ibadah, dimana wisatawan sangat membutuhkan tempat yang nyaman dan mudah diakses untuk melaksanakan sholat. Oleh karena itu keberadaan masjid atau mushola di lokasi strategis, seperti di area wisata, pusat perbelanjaan atau fasilitas umum lainnya menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan wisata muslim dalam menentukan destinasi yang akan mereka kunjungi. Jika tempat ibadah tersedia dengan baik, wisatawan akan merasa lebih nyaman dan tenang selama perjalanan mereka.

Selain keberadaan tempat ibadah, (2) Kelengkapan fasilitas ibadah juga menjadi hal yang sangat penting. Fasilitas ini mencakup tempat wudhu yang bersih, sajadah al-qur'an, serai ruang sholat yang terpisah untuk pria dan wanita sesuai dengan aturan islam. ketika wisatawan muslim menemukan fasilitas ibadah yang lengkap, mereka tidak perlu khawatir mencari tempat ibadah di luar Lokasi utama wisata. Hal ini membuat pengalaman perjalanan mereka lebih

nyaman dan menyenangkan. Destinasi wisata yang menyediakan fasilitas ibadah yang memadai tentu lebih menarik dan lebih banyak dipilih oleh wisatawan muslim dibandingkan dengan tempat yang tidak memiliki fasilitas tersebut.

Selain ibadah, makanan dan minuman juga menjadi perhatian utama bagi wisatawan muslim. Oleh karena itu (3) Ketersediaan makanan dan minuman halal menjadi salah satu indikator utama dalam konsep *islamic attributes*. Dalam ajaran islam, makanan dan minuman harus memenuhi standar kehalalan baik dari segi bahan yang dibunakan maupun cara pengelolaannya. Wisatawan muslim cenderung memilih destinasi yang memiliki tempat makan yang menyajikan makanan halal dan memiliki sertifikat halal resmi. Dengan adanya jaminan halal, wisatawan muslim dapat menikmati kuliner tanpa rasa khawatir terhadap kehalalan makanan yang mereka konsumsi.

Indikator lain yang tak kalah penting adalah (4) Ketersediaan petunjuk arah salat atau kiblat di tempat-tempah penginapan maupun fasilitas umum lainnya. Petunjuk arah kiblat ini sangat membantu wisatawan muslim untuk mengetahui arah yang benar ketika hendak melaksanakan shalat, terutama ketika mereka berada di daerah yang mayoritas penduduknya bukan muslim. Dengan adanya fasilitas ini, wisatawan muslim dapat melaksanakan ibadah dengan lebih mudah dan nyaman tanpa harus bertanya atau mencari arah kiblat secara manual.

Dengan adanya berbagai indikator tersebut, suatu destinasi wisata dapat dikategorikan sebagai destinasi yang ramah muslim atau berbasis pariwisata halal. Semakin lengkap dan mudah diakses fasilitas-fasilitas tersebut, semakin tinggi daya tarik destinasi itu bagi wisatawan muslim. Oleh karena itu, para pelaku industri pariwisata harus memperhatikan hal tersebut supaya dapat meningkatkan kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung.

### 3. Variabel Citra Destinasi

#### a. Pengertian Citra Destinasi

Menurut Seaton dan Bennet (1996) dalam Hanif et al. (2016), destinasi wisata dapat diartikan sebagai suatu kesatuan produk pariwisata yang terdiri dari berbagai elemen penting yang saling berkaitan. Elemen-elemen ini mencakup organisasi dan operasional pariwisata di suatu wilayah geografis, seperti hotel, transportasi, atraksi wisata, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya. Destinasi wisata juga tidak hanya terbatas pada infrastruktur dan layanan yang berhubungan langsung dengan pariwisata, tetapi juga mencakup aspek lain seperti budaya lokal, masyarakat, keindahan alam, serta berbagai aktivitas ekonomi non-pariwisata yang ada di daerah tersebut. Semua elemen ini berperan dalam menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan yang berkunjung.

Keunikan yang dimiliki suatu destinasi sering kali menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, bahkan jika unsur tersebut tidak secara langsung terkait dengan industri pariwisata. Misalnya, kehidupan masyarakat lokal, tradisi, kuliner khas, atau lanskap alam yang masih asri dapat memberikan pengalaman berharga yang tidak ditemukan di tempat lain (Goeldner & Ritchie, 2012). Oleh karena itu, pengelolaan destinasi yang baik harus mempertimbangkan semua aspek yang dapat mempengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan.

Selain itu, citra pariwisata merupakan faktor penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Menurut Pitana dan Diarta (2009) dalam Hanif et al. (2016), citra pariwisata dapat diartikan sebagai keyakinan dan persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap produk atau layanan yang telah atau akan mereka pilih. Sementara itu, Fakeye dan Crompton (2018) menjelaskan bahwa citra destinasi adalah representasi mental wisatawan mengenai suatu tempat, yang mencakup keyakinan, pandangan, perasaan, dan persepsi mereka terhadap destinasi tersebut. Citra ini dapat terbentuk melalui berbagai

faktor, seperti pengalaman pribadi, rekomendasi dari orang lain, media sosial, serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola pariwisata (Tasci & Gartner, 2007).

Echtner dan Ritchie (1991) dalam *Theory of Destination Image* menegaskan bahwa citra destinasi yang positif tidak hanya meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, tetapi juga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan. Wisatawan yang memiliki ekspektasi positif sebelum berkunjung cenderung lebih menikmati pengalaman mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Studi lain yang mendukung pentingnya citra destinasi dilakukan oleh Tasci dan Gartner (2007), yang menyatakan bahwa citra suatu destinasi dipengaruhi oleh berbagai sumber informasi, baik dari pengalaman pribadi, media, maupun rekomendasi orang lain. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan promosi yang efektif sangat diperlukan untuk membangun citra destinasi yang menarik dan meyakinkan calon wisatawan.

b. Indikator Citra Destinasi

Citra destinasi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu tempat. Menurut Hailin (2011), citra destinasi mencakup tiga aspek utama yaitu

1) *Cognitive Destination Image* (Citra Destinasi Kognitif)

Citra destinasi kognitif yaitu bagaimana wisatawan menilai suatu tempat berdasarkan berbagai elemen yang dapat diamati dan diukur. Faktor-faktor yang memengaruhi citra ini meliputi kualitas pengalaman wisata, keberadaan atraksi wisata, kondisi lingkungan dan infrastruktur, serta hiburan dan tradisi budaya yang ada di destinasi tersebut. Semakin baik aspek-aspek ini, semakin tinggi pula nilai yang diberikan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

2) *Unique Image* (Citra Destinasi yang Unik)

Citra destinasi unik yang berkaitan dengan karakteristik khas suatu destinasi. Keunikan ini dapat berasal dari keindahan alam, daya tarik utama dari tempat tersebut, hingga atraksi lokal yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Destinasi yang memiliki keunikan akan lebih mudah diingat oleh wisatawan dan lebih berpotensi menarik kunjungan ulang. Misalnya, Bali dikenal dengan keindahan pantainya dan budaya Hindu yang khas, sementara Yogyakarta memiliki daya tarik berupa Candi Borobudur dan kekayaan budaya Jawa.

### 3) *Affective Destination Image* (Citra Destinasi Efektif)

Citra destinasi afektif, yang berhubungan dengan perasaan dan pengalaman emosional wisatawan selama berada di destinasi tersebut. Aspek ini mencakup sejauh mana wisatawan merasa nyaman, aman, dan bahagia saat mengunjungi suatu tempat. Faktor seperti keramahan penduduk lokal, kebersihan lingkungan, serta keamanan di destinasi wisata dapat memengaruhi pengalaman emosional wisatawan. Semakin positif pengalaman yang dirasakan, semakin besar kemungkinan wisatawan akan kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Ketiga aspek citra destinasi ini saling berkaitan dan membentuk kesan keseluruhan wisatawan terhadap suatu tempat. Destinasi wisata yang mampu mengelola citra mereka dengan baik akan lebih mudah menarik wisatawan dan mempertahankan daya saingnya di industri pariwisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan faktor-faktor yang membentuk citra positif agar dapat menciptakan pengalaman yang berkesan bagi para wisatawan.

## 4. Variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya

### a. Pengertian Nilai Lingkungan Sosial Budaya

Menurut Gungum Gumelar (2016), nilai lingkungan budaya adalah keyakinan yang berkaitan dengan cara individu dalam suatu masyarakat memandang nilai-nilai yang melekat pada lingkungan mereka. Sementara itu, nilai lingkungan sosial merujuk pada pandangan atau gagasan yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok mengenai hal-hal yang dianggap penting, diinginkan, serta pantas untuk dilakukan dalam menjaga dan mengelola lingkungan sekitar (Held et al., 1989).

Lingkungan budaya mencakup berbagai aspek, seperti kebiasaan budaya, adat istiadat, dan pola hidup masyarakat dalam berinteraksi dengan lingkungan mereka. Misalnya, dalam masyarakat tradisional, praktik adat tertentu dapat berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan, seperti sistem kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya alam. Di sisi lain, lingkungan sosial berkaitan dengan hubungan antarindividu atau kelompok dalam masyarakat, termasuk norma dan aturan sosial yang membentuk pola perilaku mereka dalam berinteraksi dan mengambil keputusan mengenai lingkungan.

Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, teori ekowisata yang dikembangkan oleh Honey (2008) menekankan bahwa nilai-nilai sosial dan budaya memiliki peran penting dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dari pariwisata dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal. Jika nilai-nilai sosial budaya tidak diperhatikan, maka dampak negatif, seperti eksploitasi budaya dan degradasi lingkungan, bisa terjadi.

Lebih lanjut, Doxey's Irridex Model (1975) menjelaskan bahwa dalam perkembangan pariwisata, masyarakat lokal dapat mengalami perubahan sikap terhadap wisatawan, mulai dari tahap euforia (senang dan menerima) hingga tahap antagonisme (konflik dan penolakan). Ketidakseimbangan dalam nilai lingkungan sosial budaya akibat pariwisata yang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan ketegangan sosial, misalnya akibat perubahan pola hidup masyarakat,

meningkatnya harga barang kebutuhan pokok, atau berkurangnya ruang bagi penduduk lokal.

Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan nilai lingkungan sosial budaya sangat penting dalam industri pariwisata agar dapat menciptakan pengalaman wisata yang berkelanjutan serta menjaga harmoni antara wisatawan, masyarakat lokal, dan lingkungan.

b. Indikator Nilai Lingkungan Sosial Budaya

Menurut Fernando (2016) ada sembilan indikator nilai lingkungan sosial budaya yang terdiri dari enam indikator nilai lingkungan budaya dan tiga nilai lingkungan sosial yang dipaparkan sebagai berikut:

1) Indikator Nilai Lingkungan Budaya

a) Nilai Budaya Keamanan

Destinasi wisata yang aman akan memberikan rasa nyaman kepada wisatawan dalam menikmati perjalanan mereka. Rasa aman adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi sebelum mereka dapat menikmati pengalaman lainnya. Dalam konteks pariwisata, keamanan mencakup perlindungan dari tindak kejahatan, keselamatan fasilitas wisata, dan kesiapsiagaan dalam menghadapi keadaan darurat.

b) Nilai Budaya Ketertiban

Ketertiban dalam suatu destinasi wisata mencerminkan bagaimana pengelolaan yang baik dapat menciptakan lingkungan yang nyaman bagi wisatawan. Ketertiban sosial dalam masyarakat sangat bergantung pada kepatuhan individu terhadap aturan dan norma yang berlaku. Dalam konteks pariwisata, ketertiban terlihat dari ketaatan terhadap peraturan seperti pengelolaan antrian, keteraturan lalu lintas, serta kepatuhan terhadap norma yang berlaku di destinasi wisata.

c) Nilai Budaya Kebersihan

Kebersihan merupakan aspek penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Lingkungan yang bersih dapat

meningkatkan kenyamanan pengunjung serta mengurangi risiko kesehatan. Dalam pariwisata, kebersihan mencakup pengelolaan sampah, sanitasi yang baik, serta kesadaran wisatawan dan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan wisata.

d) Nilai Budaya Kesejukan

Kesejukan lingkungan wisata berkontribusi terhadap pengalaman wisata yang lebih menyenangkan. Manusia memiliki kecenderungan alami untuk merasa lebih nyaman di lingkungan yang dekat dengan alam. Destinasi wisata yang memiliki udara sejuk, vegetasi yang hijau, serta suasana yang tenang akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan.

e) Nilai Budaya Keindahan

Keindahan suatu destinasi wisata memiliki dampak psikologis yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Lingkungan yang indah secara visual dapat meningkatkan kebahagiaan dan kepuasan seseorang. Dalam pariwisata, keindahan mencakup tata ruang yang estetis, arsitektur yang menarik, serta pemeliharaan lanskap yang baik.

f) Nilai Budaya Ramah Tamah

Keramahan masyarakat lokal dalam menyambut wisatawan menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif. Budaya ramah tamah mencerminkan tingkat keterbukaan dan sikap sosial suatu masyarakat dalam menerima pengunjung dari berbagai latar belakang. Wisatawan cenderung merasa lebih puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang hangat, sopan, dan penuh keramahan dari masyarakat setempat.

2) Indikator Nilai Lingkungan Sosial

a) Nilai Gotong Royong

Gotong royong merupakan bagian dari budaya masyarakat Indonesia yang mencerminkan kerja sama dan solidaritas dalam

menjaga kebersihan, keamanan, serta kelestarian destinasi wisata. Gotong royong memperkuat hubungan sosial dalam komunitas dan menciptakan lingkungan yang harmonis. Dalam pariwisata, gotong royong dapat terlihat dalam upaya masyarakat setempat dalam menjaga fasilitas wisata serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan.

b) Nilai Toleransi

Toleransi dalam pariwisata mencerminkan sikap saling menghargai antara wisatawan dan masyarakat lokal, terutama dalam destinasi wisata yang memiliki keberagaman budaya dan agama. Toleransi adalah kunci dalam menciptakan lingkungan yang inklusif dan harmonis. Destinasi wisata yang menunjukkan sikap toleransi terhadap wisatawan dari berbagai latar belakang akan lebih menarik dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

c) Nilai Kebersamaan

Kebersamaan mencerminkan adanya interaksi sosial yang baik antara wisatawan dan masyarakat setempat. Kebersamaan atau *social capital* memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan mempererat hubungan sosial. Dalam pariwisata, kebersamaan dapat diwujudkan melalui suasana yang hangat, interaksi sosial yang positif, serta adanya komunitas yang mendukung pariwisata berbasis masyarakat.

Nilai lingkungan budaya dan sosial memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman wisatawan dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Destinasi wisata yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, serta memiliki masyarakat yang ramah akan lebih menarik bagi wisatawan. Selain itu, adanya gotong royong, toleransi, dan kebersamaan dalam lingkungan sosial juga berkontribusi terhadap pengalaman wisata yang lebih menyenangkan. Dengan memahami dan menerapkan nilai-nilai ini,

destinasi wisata dapat meningkatkan kualitas layanan serta daya tariknya bagi wisatawan.

## 5. Variabel *Islamic Tourist Satisfaction* (Kepuasan Wisatawan Islam)

### a. Pengertian *Tourist Satisfaction* (Kepuasan Wisatawan)

Kepuasan wisatawan merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata atau organisasi dalam membangun loyalitas wisatawan. Kepuasan ini mencerminkan pengalaman wisatawan dalam menikmati layanan dan fasilitas yang disediakan. Menurut Gunderson et al. (1996), kepuasan konsumen adalah evaluasi yang dilakukan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang berkaitan dengan kualitas dari produk atau jasa tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi wisata tersebut kepada orang lain.

Kepuasan wisatawan dapat dipahami dalam konteks kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*), yaitu respons global terhadap pengalaman wisata yang telah diperoleh. Baker dan Crompton (2000) menyatakan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional dan kognitif yang dirasakan setelah seseorang mengalami suatu perjalanan wisata. Artinya, kepuasan tidak hanya diukur berdasarkan aspek fisik seperti fasilitas, tetapi juga aspek psikologis seperti perasaan nyaman, bahagia, dan terpenuhi harapannya selama perjalanan. Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan menjadi sangat penting dalam industri pariwisata.

Kepuasan wisatawan dapat diartikan sebagai tingkat kesesuaian antara layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata dengan pengalaman yang benar-benar dirasakan oleh wisatawan (Kozak, 2002). Jika layanan dan fasilitas yang diberikan tidak sesuai dengan harapan wisatawan, maka mereka akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika layanan tersebut memenuhi harapan, wisatawan akan merasa puas. Bahkan, jika kualitas layanan melebihi ekspektasi,

wisatawan akan merasa sangat puas dan cenderung merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, baik melalui komunikasi langsung atau melalui media sosial. Dengan demikian, kepuasan wisatawan tidak hanya berdampak pada pengalaman individu, tetapi juga berperan dalam membangun citra positif dan promosi suatu destinasi wisata secara luas.

Dalam konteks pariwisata berbasis nilai-nilai Islam, kepuasan wisatawan Muslim (*Islamic tourist satisfaction*) menjadi perhatian khusus bagi destinasi wisata yang ingin menarik segmen pasar Muslim. Kepuasan wisatawan Muslim dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan Muslim berdasarkan pengalaman mereka yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Menurut Battour dan Ismail (2016), faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan Muslim meliputi tersedianya makanan halal, fasilitas ibadah, serta lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam seperti kebersihan dan kenyamanan.

Secara keseluruhan, kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam industri pariwisata yang menentukan keberhasilan suatu destinasi dalam membangun loyalitas wisatawan. Dalam konteks wisata halal, kepuasan wisatawan Muslim bergantung pada bagaimana destinasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan, baik secara umum maupun dalam konteks wisata halal, pengelola destinasi wisata dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman wisatawan serta memperkuat daya saing destinasi mereka di pasar global.

b. Indikator *Islamic Tourist Satisfaction* (Kepuasan Wisatawan Islam)

Berikut merupakan tiga indikator *tourist satisfaction* yang dikemukakan oleh Yukesl (2010) diantaranya:

- 1) Berkaitan Dengan Senang Atau Tidaknya Wisatawan Terhadap Kepuasannya Untuk Berkunjung Ke Destinasi Pariwisata

Faktor ini berkaitan dengan sejauh mana wisatawan merasa senang atau tidak dengan keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut. Kepuasan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kualitas layanan, daya tarik wisata, kenyamanan fasilitas, serta kesesuaian harapan dengan realitas yang ditemui. Ketika wisatawan Muslim merasa bahwa destinasi yang mereka pilih dapat memenuhi kebutuhan spiritual dan fisik mereka, maka tingkat kepuasan terhadap keputusan berkunjung akan semakin tinggi.

## 2) Kepercayaan Bahwa Memilih Destinasi Terkait Merupakan Yang Benar

Kepercayaan ini dapat terbentuk dari berbagai faktor, seperti reputasi destinasi, rekomendasi dari teman atau keluarga, serta ulasan dari wisatawan sebelumnya. Semakin tinggi kepercayaan wisatawan terhadap destinasi yang dipilih, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas dengan keputusan tersebut.

Keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata sering kali didasarkan pada kepercayaan bahwa destinasi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Faktor-faktor seperti tersedianya makanan halal, lingkungan yang bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan ajaran Islam (seperti alkohol dan hiburan tidak Islami), serta keramahan budaya lokal terhadap wisatawan Muslim menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

## 3) Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan Selama Berwisata Ke Destinasi Pariwisata

Kepuasan wisatawan secara keseluruhan mencerminkan evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman mereka selama berada di destinasi wisata. Destinasi wisata yang mampu memberikan pengalaman yang selaras dengan kebutuhan spiritual dan budaya wisatawan Muslim cenderung mendapatkan tingkat kepuasan yang

lebih tinggi. Faktor seperti kemudahan menemukan masjid atau ruang shalat, fasilitas hotel yang menyediakan petunjuk arah kiblat, serta layanan wisata yang memperhatikan prinsip-prinsip Islam dapat meningkatkan pengalaman positif wisatawan Muslim. Kepuasan yang tinggi akan mendorong wisatawan Muslim untuk kembali berkunjung serta memberikan rekomendasi kepada wisatawan Muslim lainnya.

### C. Landasan Teologis

Dalam ajaran Islam, perjalanan (safar) dianjurkan sebagai salah satu cara untuk memperluas wawasan, mencari ilmu pengetahuan, mengagumi keindahan ciptaan Allah dan mempererat hubungan persaudaraan sesama muslim. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Ankabut:20

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ...

“Katakanlah, “Berjalanlah di (muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana Allah memuai penciptaan (semua makhluk)”

Ayat ini mendorong umat Islam untuk melakukan perjalanan guna menyaksikan keagungan ciptaan Allah dan mengambil pelajaran darinya. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, ayat ini adalah seruan untuk tadabbur (merenungi) tanda-tanda kekuasaan Allah yang terbentang di bumi sebagai bentuk penguatan iman (Ibnu Katsir, 2000). Dalam konteks wisata halal, perjalanan menjadi media dakwah, edukasi, dan penguatan akidah selama tetap berada dalam jalan yang se suai syariat.

#### 1. Islamic Attributes Menurut Perspektif Al-Qur'an dan Hadist

*Islamic attributes* merujuk pada prinsip dan nilai Islami yang diaplikasikan dalam sektor pariwisata seperti ketersediaan fasilitas ibadah, makanan halal dan suasana yang sesuai syariah. Dalil yang mendasari pentingnya *islamic attributes* adalah pada Qur'an surat Al-Baqarah: 168 yang berbunyi:

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

مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

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

Menurut Tafsir Al-Maraghi, ayat ini menekankan perintah Allah untuk mengonsumsi makanan halal dan thayyib (baik) yang bersih dari zat dan proses haram (Al-Maraghi, 2001). Dalam sektor pariwisata halal, ketersediaan makanan halal menjadi aspek utama dalam pelayanan terhadap wisatawan Muslim. Oleh karena itu, penyediaan restoran bersertifikasi halal di destinasi wisata seperti Lokawisata Baturraden menjadi praktik nyata dari prinsip ini.. Hadis Rasulullah SAW yang berbunyi, *“Sesungguhnya Allah itu baik dan hanya menerima yang bai...”* (HR. Muslim), mengandung pesan pentingnya menjaga kualitas dalam setiap aspek kehidupan termasuk memberikan layanan kepada wisatawan muslim.

## 2. Citra Destinasi Dalam Prespektif Islam

Citra destinasi mencakup persepsi wisatawan terhadap tempat wisata yang mencakup keindahan alam, keramahan masyarakat dan kesesuaian dengan nilai-nilai islam yang tercermin pada Al-Qur'an surah Ar-Rum: 22 yang berbunyi:

وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالاخْتِلافُ اَلْسِنَتِكُمْ وَالْوَاوَانِكُمْ اِنَّ فِي ذٰلِكَ لآيٰتٍ  
لِّلْعٰلَمِيْنَ ﴿٢٢﴾

*“Di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah penciptaan langit dan bumi, perbedaan bahasa dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berilmu.”*

Dalam tafsir Al-Muyassar, dijelaskan bahwa ayat ini mengajarkan bahwa keberagaman adalah tanda kekuasaan Allah yang patut dihargai, bukan dijadikan sumber perpecahan (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2001). Oleh karena itu, wisata halal juga menghargai nilai-nilai sosial budaya lokal yang tidak bertentangan dengan syariat. Dalam konteks wisata, keberagaman ini menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung untuk memahami kebesaran Allah melalui interaksi budaya,

alam dan masyarakat yang berbeda. Dalam hadist Nabi Muhammad SAW berbunyi: *“Sesungguhnya Allah itu indah dan mencintai keindahan.”* (HR. Muslim). Hadist ini mengajarkan bahwa keindahan bukan hanya merupakan aspek estetika semata tetapi juga kesempurnaan akhlak, harmoni lingkungan dan penghormatan terhadap ciptaan Allah. Dengan demikian menjaga keindahan destinasi mencerminkan ajaran Islam yang mulia.

### 3. Nilai Lingkungan Sosial Budaya Dalam Perspektif Islam

Nilai lingkungan sosial budaya Islam sangat menekankan harmoni dengan lingkungan sosial dan budaya selama perjalanan. Beberapa dalil yang relevan terdapat di Al-Qur'an surat Al-Hujarat:13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا...

*“Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal...”*

Dalam tafsir Al-Misbah oleh Prof. Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat ini mengandung pesan universalitas Islam. Semua manusia berasal dari asal-usul yang sama (Adam dan Hawa), tidak ada satu kelompok yang lebih unggul atas yang lain kecuali dalam hal ketakwaan. Allah menciptakan perbedaan suku, bangsa, dan budaya bukan untuk berbangga-bangga, tetapi untuk saling mengenal dan bekerja sama dalam kebaikan (Quraish Shihab, 2002). Terkait pariwisata, ini menunjukkan bahwa interaksi sosial budaya, termasuk antara wisatawan dan masyarakat lokal, seharusnya didasarkan pada prinsip ta'aruf (saling mengenal), bukan diskriminasi. Adapun hadist Rasulullah SAW yang berbunyi: *“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim lainnya, ia tidak menzaliminya dan tidak membiarkannya dalam kesulitan.”* (HR. Bukhari). Hadist ini mengajarkan betapa pentingnya menjaga nilai-nilai sosial, seperti saling menghormati, peduli dan membantu satu sama lain. Nilai-nilai ini sangat relevan dalam

kehidupan sehari-hari termasuk ketika kita berinteraksi di lingkungan wisata.

#### 4. Kepuasan Wisatawan Dalam Perspektif Islam

Kepuasan wisatawan muslim merupakan hasil dari penerapan nilai-nilai islam di destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan tujuan islam untuk memberikan manfaat kepada umat dipaparkan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah:2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”

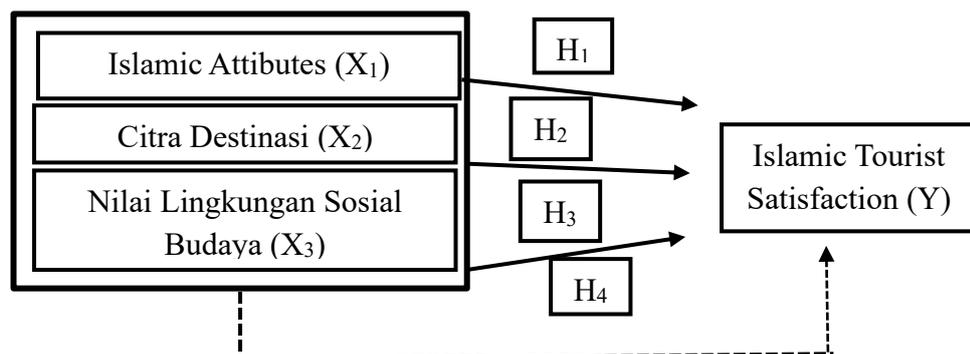
Dalam tafsir As-Sa'di, ayat diatas mengajarkan kita untuk saling membantu dalam hal-hal yang baik dan bertakwa serta menjauhi kerja sama dalam perbuatan dosa dan permusuhan (As-Sa'di, 2000). Pesan ini sangat relevan dalam dunia pariwisata dimana penyedia jasa wisata dan wisatawan harus bekerja sama menciptakan pengalaman perjalanan yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai islam.

#### D. Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan) dapat diuraikan dalam bentuk kerangka konseptual berikut:

**Bagan 2. 1**

#### Kerangka Penelitian Secara Parsial



Penjelasan:

-----> : Pengaruh variabel dependen secara simultan terhadap variabel independent

————> : Pengaruh masing-masing variabel dependen terhadap variabel independent

Berdasarkan kerangka penelitian yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Islamic attributes*, citra destinasi, dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan Muslim) yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden di Kabupaten Banyumas. Dalam kerangka ini, *Islamic attributes* ( $X_1$ ), citra destinasi ( $X_2$ ), dan nilai lingkungan sosial budaya ( $X_3$ ) bertindak sebagai variabel independen yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu *Islamic tourist satisfaction* ( $Y$ ). Kerangka penelitian ini menggambarkan hubungan secara parsial antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta secara simultan untuk melihat seberapa besar kontribusi ketiganya dalam membentuk kepuasan wisatawan Muslim. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diketahui faktor-faktor utama yang mendorong tingkat kepuasan wisatawan Muslim saat mengunjungi destinasi wisata berbasis nilai-nilai Islam, khususnya di kawasan Baturraden yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata halal.

#### E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang dibuat untuk menjawab pertanyaan atau masalah dalam penelitian. Jawaban ini belum pasti benar dan masih perlu dibuktikan dengan data atau fakta yang nyata. (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Jadi hipotesis ini memberikan penjelasan awal atau sementara mengenai hubungan antara berbagai fenomena yang kompleks dan saling terkait yang menjadi fokus utama dalam penelitian.

Penelitian ini memuat variabel bebas ( $X$ ) berupa *Islamic attributes*, citra destinasi, nilai lingkungan sosial budaya dan juga memuat variabel

terikat berupa *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan islam) sebagai variabel (Y).

1. Pengaruh *Islamic Attibutes* Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden

Saat merencanakan fasilitas objek wisata untuk melayani pengunjung Muslim, penting untuk mempertimbangkan fitur-fitur Islam. Pada tahun 2011, Farahdel melakukan penelitian yang signifikan. Menurut Zamanai-Farahni dan Henderson (2010), yang mengklaim bahwa kualitas Islam mencakup berbagai aspek yang merupakan tuntutan vital bagi umat Islam, gagasan ini dikonfirmasi oleh pernyataan mereka. Penyediaan makanan dan minuman halal merupakan bagian dari hal ini, seperti halnya penyediaan fasilitas ibadah lengkap, termasuk ruang sholat dan fasilitas lain yang memfasilitasi ibadah umat Islam. Atribut Islam secara signifikan dan positif memengaruhi kepuasan wisatawan Islam, menurut penelitian oleh Irda et al. (2019). Wisatawan yang telah menikmati pengalaman dengan atribut Islami di suatu destinasi biasanya merasa puas dengan suasana dan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Kepuasan ini seringkali mendorong mereka untuk ingin kembali mengunjungi tempat tersebut di masa mendatang. Selain itu pengalaman positif yang dirasakan seperti kenyamanan beribadah, sajian kuliner halal serta lingkungan yang ramah terhadap wisatawan muslim menjadi daya tarik tersendiri yang memperkuat keinginan mereka untuk kembali.

**H<sub>1</sub> : *Islamic Attibutes* Secara Parsial Berpengaruh Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction***

2. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden

Citra destinasi dapat diartikan sebagai gambaran atau kesan yang terbentuk ketika seseorang mengunjungi suatu tempat wisata. Ketika seseorang mengunjungi destinasi tersebut, mereka mulai membentuk persepsi atau pandangan tentang tempat itu secara keseluruhan

(Ramseook-Munhurrun et al., 2015). Pengertian diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hasan et al. (2019) dalam pemasaran pariwisata citra destinasi merupakan factor kunci utama karena mampu meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Manoppo & Santosa (2023) menghasilkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* (kepuasan). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik atau positif citra suatu destinasi wisata, maka semakin puas pula wisatawan yang mengunjunginya. Sebaliknya jika citra destinasi wisata buruk atau menurun maka kepuasan wisatawan juga akan berkurang. (Basra, 2023).

## **H<sub>2</sub> : Citra Destinasi Secara Parsial Berpengaruh Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction***

### 3. Nilai Lingkungan Sosial Budaya Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden

Nilai lingkungan budaya adalah keyakinan yang berkaitan dengan lingkungan yang mencerminkan pandangan, norma dan nilai-nilai yang tertanam dalam individu serta menjadi bagian dari identitas dan interaksi sosial di masyarakat. (Gumgum Gumelar, 2016). Nilai lingkungan sosial merupakan kumpulan gagasan, keyakinan atau pandangan yang dimiliki oleh individual atau kelompok Masyarakat mengenai hal-hal yang dianggap penting dan layak untuk diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat (Haryanto, 2013). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fernando (2016) mengemukakan bahwa nilai-nilai budaya seperti kebersihan, ketertiban, keamanan, kesejukan, daya tarik, dan keramahan merupakan indikasi dari nilai-nilai lingkungan budaya. Sedangkan nilai-nilai yang berkaitan dengan masyarakat meliputi hal-hal seperti toleransi, kebersamaan, dan gotong royong. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Novia et al. (2022) yang menyatakan bahwa nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

**H<sub>3</sub> : Nilai Lingkungan Sosial Budaya Secara Parsial Berpengaruh terhadap *Islamic Tourist Satisfaction***

4. *Islamic Attributes*, Citra Destinasi, Nilai Lingkungan Sosial Budaya

Berpengaruh Secara Stimulan Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya yang membahas tentang pengaruh *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya, ditemukan bahwa semua faktor tersebut berpengaruh terhadap *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan islami). Dengan demikian, dapat menyimpulkan hipotesis bahwa:

**H<sub>4</sub>: *Islamic Attributes*, Citra Destinasi, Nilai Lingkungan Sosial Budaya Berpengaruh Secara Stimulan Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction***



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menurut penjelasan Sugiono (2022), merupakan jenis penelitian yang mengolah data angka atau kategori tertentu dengan metode statistik untuk membuktikan hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya. Metode kuantitatif juga dikenal sebagai pendekatan positivistik karena berakar pada filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengembangkan dan menerapkan model matematika, teori, atau dugaan sementara (hipotesis) yang berkaitan dengan peristiwa atau gejala yang terjadi di alam. Pendekatan ini dianggap ilmiah karena mengikuti aturan-aturan ilmu pengetahuan yang jelas dan terukur. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berbentuk angka, lalu diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 27.

Pendekatan kuantitatif ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Lebih spesifik lagi, penelitian ini ingin mengetahui apakah dan seberapa besar pengaruh dari tiga faktor yaitu *Islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction* yang berkunjung di Lokawisata Baturraden.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat dilaksanakannya penelitian ini yaitu pada Lokawisata Baturraden, yang berlokasi di Jalan Raya Baturaden No. 174, Dusun I Karangmangu, Desa Karangmangu, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia.

## 2. Waktu Penelitian

Agar waktu yang tersedia dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, peneliti perlu menyusun jadwal penelitian yang terstruktur sehingga proses penelitian berjalan secara optimal, efisien, dan efektif. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk dilaksanakan dalam kurun waktu empat bulan, yaitu mulai Desember 2024 hingga Maret 2025. Dengan perencanaan waktu yang baik, diharapkan seluruh tahapan penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan menghasilkan data yang akurat serta sesuai dengan tujuan penelitian.

## C. Objek dan Subjek Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Lokawisata Baturraden yang merupakan destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Terletak di lereng Gunung Slamet pada ketinggian sekitar 640 meter di atas permukaan laut, kawasan wisata ini memiliki luas area sekitar 16,2 hektar dengan panorama alam pegunungan yang asri dan sejuk. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Banyumas tahun 2023, Lokawisata Baturraden menerima sekitar 720.000 pengunjung per tahun, dengan peningkatan signifikan sebesar 15% dari wisatawan muslim yang mencapai 35% dari total pengunjung. Objek penelitian ini menawarkan berbagai atraksi wisata seperti air terjun, pemandian air panas, taman bermain, dan area camping ground. Dari segi *Islamic attributes*, kawasan ini telah mengembangkan fasilitas ibadah berupa 3 mushola utama, peralatan sholat, dan tempat wudhu. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung terhadap citra destinasi Baturraden mencapai 4,2 dari skala 5, sementara apresiasi terhadap nilai lingkungan sosial budaya mencapai 3,8. Pengelola Lokawisata Baturraden telah mengalokasikan anggaran Rp 1,2 miliar pada tahun 2023 untuk pengembangan fasilitas ramah muslim dan konservasi nilai budaya lokal sebagai upaya meningkatkan *Islamic tourist satisfaction*, yang telah menunjukkan peningkatan indeks

kepuasan dari 3,7 menjadi 4,1 dalam dua tahun terakhir berdasarkan survei kepuasan pengunjung.

## 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para wisatawan muslim (*Islamic tourists*) yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden yang terletak di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Wisatawan muslim yang menjadi subjek penelitian ini merupakan individu-individu beragama Islam yang melakukan kunjungan wisata ke destinasi Baturraden dengan berbagai tujuan, baik untuk rekreasi, liburan, pendidikan, maupun kegiatan sosial. Mereka terdiri dari wisatawan domestik yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi Lokawisata Baturraden. Subjek penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria bahwa mereka adalah pengunjung muslim yang telah mengalami langsung layanan dan fasilitas wisata di Baturraden, sehingga dapat memberikan penilaian objektif terhadap variabel-variabel penelitian yang meliputi Islamic attributes (atribut keislaman), citra destinasi, nilai lingkungan sosial budaya, dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Responden yang dipilih untuk berpartisipasi harus memenuhi tiga persyaratan utama yaitu: (1) berusia minimal 17 tahun, (2) beragama Islam, (3) pernah berkunjung ke Lokawisata Baturraden. Pemilihan subjek ini relevan dengan tujuan penelitian yang hendak mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan muslim selama berkunjung di destinasi wisata Baturraden, dengan mempertimbangkan aspek keislaman, persepsi terhadap citra destinasi, serta apresiasi terhadap nilai lingkungan sosial budaya yang ada di kawasan tersebut.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi dalam konteks penelitian merujuk pada seluruh kumpulan elemen, entitas, atau subjek yang memiliki karakteristik serupa dan memenuhi kriteria spesifik untuk dijadikan landasan dalam penarikan

kesimpulan penelitian. Entitas tersebut dapat berupa individu, objek, institusi, fenomena, atau dalam konteks pariwisata dapat berupa pengunjung destinasi wisata yang menjadi fokus kajian (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024; Neuman, 2020). Populasi menjadi fondasi penting sebagai representasi keseluruhan dari kelompok yang diteliti, di mana hasil analisis terhadapnya akan memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena yang dikaji (Sekaran & Bougie, 2022). Berdasarkan laporan resmi yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas (2024), tercatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Lokawisata Baturraden selama periode tahun 2023 mencapai 372.951 pengunjung. Angka ini menunjukkan tingkat popularitas destinasi tersebut sebagai salah satu objek wisata utama di Kabupaten Banyumas yang menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Dinas Pariwisata Kabupaten Banyumas, 2023). Dengan demikian, untuk keperluan penelitian mengenai "Pengaruh *Islamic Attributes*, Citra Destinasi dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* yang Berkunjung di Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas", ditetapkan bahwa populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden pada tahun 2023 dengan jumlah total 372.951 individu (Sugiyono, 2021; Creswell & Creswell, 2023).

## 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian terpilih dari populasi yang diteliti secara mendalam oleh peneliti. Ukuran sampel selalu lebih kecil dibandingkan populasi keseluruhan namun dirancang untuk mewakili karakteristik populasi tersebut secara akurat. Dalam konteks penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan melalui metode *Non probability sampling*, sebuah pendekatan yang tidak memberikan peluang sama kepada seluruh anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel, melainkan berfokus pada kriteria-kriteria spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian.

Secara lebih spesifik, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mewakili karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data dari responden yang benar-benar relevan dengan fokus studi mengenai Islamic attributes, citra destinasi, dan nilai lingkungan sosial budaya di Lokawisata Baturraden (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024).

Untuk menentukan jumlah sampel yang tepat, penelitian ini mengaplikasikan rumus Slovin (Sugiyono, 2011) yang diformulasikan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir

Rumus Slovin biasanya menggunakan nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi berjumlah besar dan  $e = 0,2$  (20%) untuk populasi kecil. Mengingat populasi dalam penelitian ini mencapai 372.951 wisatawan (berdasarkan data kunjungan Lokawisata Baturraden), maka digunakan tingkat presisi 5% (0,05) untuk memperoleh hasil yang lebih akurat. Perhitungan jumlah sampel dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{372.951}{1 + 372.951 (0,05^2)}$$

$$n = \frac{372.951}{1 + 372.951 (0,0025)}$$

$$n = \frac{372.951}{1 + 932,3775}$$

$$n = \frac{372.951}{933,3775}$$

$$n = 399,571$$

Hasil perhitungan tersebut kemudian dibulatkan menjadi 400 responden untuk memudahkan proses penelitian. Penentuan jumlah sampel ini sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh Krejcie dan Morgan (1970) yang menyatakan bahwa untuk populasi besar (di atas 100.000), sampel sebanyak 384-400 responden sudah memadai untuk mendapatkan tingkat kepercayaan 95% dengan margin error 5%. Dengan demikian, 400 responden yang dipilih dari kalangan wisatawan muslim yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden dianggap cukup representatif untuk menganalisis pengaruh *Islamic attributes*, citra destinasi, dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction*.

## **E. Variabel dan Indikator Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel merupakan konsep penting dalam setiap penelitian ilmiah. Merujuk pada pendapat Sugiyono (2019), variabel dapat diartikan sebagai karakteristik, sifat, atau atribut yang memiliki variasi nilai di antara individu, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus pengamatan peneliti. Lebih sederhananya, variabel adalah segala sesuatu yang dapat berubah-ubah nilainya dan menjadi pusat perhatian dalam proses penelitian.

#### **a. Variabel Dependen (Y)**

Variabel terikat, yang juga dikenal sebagai variabel dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh serta memiliki nilai yang bergantung pada variabel bebas (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel dependen yang menjadi fokus utama, yaitu kepuasan wisatawan Muslim (*Islamic tourist satisfaction*). Variabel ini akan dianalisis untuk memahami bagaimana faktor-faktor tertentu, khususnya variabel bebas yang telah ditetapkan, berkontribusi terhadap tingkat kepuasan wisatawan Muslim dalam konteks penelitian yang dilakukan.

b. Variabel Independen (X)

Variabel bebas, yang juga dikenal sebagai variabel independen, merupakan faktor dalam suatu penelitian yang berperan dalam mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Variabel ini bersifat mandiri, artinya keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian yang sedang dilakukan (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen utama, yaitu *Islamic attributes* (X1), citra destinasi (X2), dan nilai lingkungan sosial budaya (X3). Ketiga variabel ini berfungsi sebagai faktor yang dapat memberikan dampak terhadap variabel lain dalam studi yang dilakukan.

2. Indikator Penelitian

**Tabel 3. 1**  
**Tabel Indikator Penelitian**

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
1.	<i>Islamic attributes</i> (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>Indikator ini mengukur keberadaan masjid atau mushola di destinasi wisata, baik dari segi jumlah maupun aksesibilitasnya. Wisatawan Muslim cenderung mencari tempat yang memungkinkan mereka untuk menjalankan ibadah dengan mudah tanpa harus meninggalkan area wisata.</li> <li>Selain keberadaan tempat ibadah, fasilitas di dalamnya juga menjadi faktor penting. Fasilitas yang dimaksud mencakup perlengkapan ibadah seperti mukena, sajadah, Al-Qur'an, tempat wudhu yang bersih dan terpisah antara laki-laki dan perempuan, serta lingkungan yang nyaman untuk beribadah.</li> <li>Wisatawan Muslim sangat memperhatikan kehalalan makanan dan minuman yang dikonsumsi. Indikator ini</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan tempat ibadah</li> <li>Ketersediaan fasilitas ibadah yang lengkap</li> <li>Ketersediaan makan dan minuman halal</li> <li>Adanya petunjuk arah sholat atau kiblat (Battour et al., 2011)</li> </ol>

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
		<p>mencerminkan sejauh mana destinasi wisata menyediakan pilihan makanan halal yang bersertifikat atau dijamin kehalalannya, baik di restoran, warung makan, maupun fasilitas kuliner lainnya.</p> <p>4. Arah kiblat adalah aspek penting dalam ibadah sholat. Destinasi wisata yang ramah Muslim biasanya menyediakan petunjuk arah kiblat, baik di tempat ibadah, hotel, atau fasilitas umum lainnya, sehingga memudahkan wisatawan dalam menjalankan sholat dengan benar.</p>	
2.	Citra Destinasi (X <sub>2</sub> )	<p>1. Dalam konteks Lokawisata Baturraden, citra destinasi kognitif berperan penting dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim mengenai berbagai aspek destinasi. Citra ini memengaruhi bagaimana wisatawan menilai kemudahan akses menuju lokasi, sehingga dapat menentukan minat mereka untuk berkunjung.</p> <p>2. Lokawisata Baturraden memiliki citra unik yang tercermin dari keindahan kawasan pegunungan dengan cuaca sejuk yang menyegarkan. Destinasi ini menawarkan berbagai atraksi khas, seperti air terjun, pemandian air panas, dan kegiatan outbound yang menarik bagi wisatawan.</p> <p>3. citra afektif tercermin melalui berbagai aspek emosional yang dirasakan selama berkunjung. Wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan ketenangan saat beribadah di lingkungan wisata yang menyediakan fasilitas ibadah yang memadai. Selain itu, ketenangan batin juga hadir karena mereka dapat menikmati</p>	<p>1. <i>Cognitive destination image</i> (citra destinasi kognitif)</p> <p>2. <i>Unique image</i> (citra destinasi yang unik)</p> <p>3. <i>Affective destination image</i> (citra destinasi efektif) (Hailin, 2011)</p>

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
		keindahan alam tanpa khawatir melanggar prinsip syariah.	
3.	Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X <sub>3</sub> )	<p>Nilai lingkungan budaya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keamanan di Lokawisata Baturraden mendukung kenyamanan wisatawan melalui petugas keamanan, CCTV, dan pencegahan kecelakaan dengan rambu serta fasilitas keselamatan. Keamanan barang dijamin dengan loker dan pengawasan, sementara penanganan darurat mencakup pertolongan pertama dan evakuasi.</li> <li>2. Indikator ini mencerminkan lingkungan destinasi yang tertata, dengan alur pengunjung teratur, antrian efisien, peraturan jelas, dan waktu operasional yang konsisten untuk kenyamanan wisatawan.</li> <li>3. Indikator ini mencerminkan kebersihan destinasi wisata, termasuk area publik, toilet, dan tempat ibadah untuk kenyamanan wisatawan. Pengelolaan sampah yang baik serta pemeliharaan lingkungan berkala menjaga kelestariannya.</li> <li>4. Indikator ini mencakup kenyamanan lingkungan sejuk dengan area hijau, sirkulasi udara baik, dan tempat berteduh. Suasana asri ini menjadikan Lokawisata Baturraden daya tarik utama bagi wisatawan Muslim.</li> <li>5. Estetika dan daya tarik visual destinasi wisata membentuk citra positif, dengan arsitektur, pemandangan, dan lansekap yang harmonis meningkatkan pengalaman wisatawan. Keunikan estetika lokal di Lokawisata Baturraden menambah daya tarik, sementara keindahan alamnya</li> </ol>	<p>Nilai lingkungan budaya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai budaya keamanan</li> <li>2. Nilai budaya ketertiban</li> <li>3. Nilai budaya kebersihan</li> <li>4. Nilai budaya kesejukan</li> <li>5. Nilai budaya keindahan</li> <li>6. Nilai budaya ramah tamah</li> </ol> <p>Nilai lingkungan sosial:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai gotong royong</li> <li>2. Nilai toleransi</li> <li>3. Nilai kebersamaan</li> </ol> <p>(Fernando, 2016)</p>

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
		<p>juga menguatkan apresiasi wisatawan Muslim terhadap ciptaan Allah.</p> <p>6. Sikap masyarakat dan staf di Lokawisata Baturraden berperan penting dalam pengalaman wisatawan. Keramahan, bantuan informatif, sikap hormat, dan komunikasi positif menciptakan kenyamanan. Bagi wisatawan Muslim, fasilitas ibadah dan penyesuaian waktu shalat meningkatkan kepuasan mereka.</p> <p>Nilai lingkungan sosial</p> <p>1. Gotong royong di Lokawisata Baturraden tercermin dalam pengelolaan destinasi, kebersihan, keamanan, dan pelayanan wisatawan. Pemberdayaan komunitas lokal menciptakan wisata yang ramah, selaras dengan <i>ukhuwah</i> Islam.</p> <p>2. Indikator ini mencerminkan sikap saling menghargai perbedaan melalui penghormatan terhadap praktik keagamaan, akomodasi kebutuhan wisatawan, dan penerimaan budaya. Pencegahan diskriminasi menciptakan wisata inklusif, sementara toleransi tinggi di Baturraden meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan Muslim.</p> <p>3. Nilai kebersamaan ini mencakup Aktivitas wisata yang mendorong interaksi positif, Aktivitas wisata yang mendorong interaksi positif, Program-program wisata komunal juga berperan dalam mempererat hubungan sosial antarwisatawan.</p>	
4.	<i>Islamic Tourist Satisfaction</i> (Y)	1. Indikator ini mengukur kepuasan emosional wisatawan Muslim di Lokawisata Baturraden. Kepuasan terlihat dari perasaan positif, seperti nyaman dan bahagia, serta	1. Berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan terhadap

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
		<p>tidak menyesal berkunjung. Jika harapan sesuai dengan pengalaman, wisatawan cenderung puas dan ingin kembali.</p> <p>2. Indikator ini menunjukkan keyakinan wisatawan Muslim bahwa Lokawisata Baturraden adalah pilihan yang tepat. Mereka merasa destinasi ini sesuai dengan kebutuhan, menawarkan fasilitas Islami, dan lebih baik dibandingkan alternatif lain. Kepuasan mereka terbukti dengan tidak adanya penyesalan setelah berkunjung.</p> <p>3. Indikator ini menilai kepuasan wisatawan Muslim di Lokawisata Baturraden berdasarkan kualitas layanan, daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas. Wisatawan membandingkan harapan mereka dengan pengalaman nyata, termasuk nilai spiritual, untuk memberikan gambaran keseluruhan tentang destinasi ini.</p>	<p>keputusannya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata</p> <p>2. Kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan yang benar</p> <p>3. Tingkat kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata (Yuksel, 2010)</p>

## F. Sumber Data

### 1. Sumber Data Primer

Data ini berupa teks yang dihasilkan dari wawancara dengan informan yang terlibat dalam penelitian. Informasi diperoleh melalui interaksi langsung, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali jawaban secara mendalam. Selama wawancara, data dapat direkam atau dicatat agar tidak ada informasi yang terlewat. Data primer ini menjadi sumber utama dalam penelitian karena diperoleh langsung dari responden yang memiliki pengalaman atau pengetahuan terkait topik yang diteliti (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024).

### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah tersedia dan dapat diakses oleh peneliti melalui berbagai sumber, seperti membaca,

melihat, atau mendengarkan. Data ini umumnya berasal dari data primer yang telah dikumpulkan dan diolah sebelumnya oleh peneliti lain atau lembaga terkait. Bentuk data sekunder sangat beragam, di antaranya teks yang mencakup dokumen, pengumuman, surat, dan spanduk. Selain itu, data juga dapat berupa gambar, seperti foto, animasi, dan billboard. Ada pula data berbentuk suara, seperti rekaman kaset atau audio lainnya. Beberapa data sekunder bahkan merupakan kombinasi dari teks, gambar, dan suara, seperti film, video, serta iklan di televisi. Dengan berbagai bentuknya, data sekunder menjadi sumber informasi penting yang dapat mendukung penelitian dan analisis dalam berbagai bidang.

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah berbagai teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik ini tidak berwujud secara fisik, tetapi dapat dilihat melalui penerapannya dalam berbagai bentuk, seperti angket, wawancara, observasi, tes, dan dokumentasi. Setiap metode memiliki keunggulan tersendiri dalam mengumpulkan data yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian (Amruddin, 2020) Peneliti dalam penelitian menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mencatat informasi berdasarkan apa yang terlihat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam proses ini, peneliti mengamati dan mencatat berbagai aspek tanpa melakukan interaksi langsung atau mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Observasi langsung dilakukan dengan mengunjungi wisatawan di Lokawisata Baturraden untuk mengamati perilaku dan pengalaman mereka secara nyata. Sementara itu, observasi tidak langsung dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti berita di media, artikel penelitian, dan data lain yang relevan dengan studi yang dilakukan. Metode ini membantu

peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas dan objektif terkait fenomena.

## 2. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang pertanyaannya telah disusun sebelumnya secara sistematis. Metode ini dipilih karena dianggap efektif untuk memperoleh data yang spesifik dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Wawancara ini dilakukan guna mendapatkan informasi mengenai Lokawisata Baturraden, serta informasi lain yang berkaitan dengan tempat wisata tersebut. Dalam pelaksanaannya, peneliti bekerja sama dengan koordinator Lokawisata Baturraden untuk memperoleh data yang lebih akurat dan mendalam.

## 3. Kuesioner

Kuesioner atau angket mengajukan pertanyaan kepada partisipan untuk mengukur kesediaan mereka dalam memberikan jawaban yang memenuhi persyaratan peneliti; data yang dikumpulkan dari kuesioner ini (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Metode pengumpulan data dilakukan dengan memeberikan kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden, kuesioner ini dapat diakses melalui media Google sehingga mereka dapat mengisi kuesioner dengan cepat dan efisien. Skala Likert Summated Rating (LSR) digunakan dalam survei ini untuk mengukur perasaan orang terhadap peristiwa dan fenomena sosial tertentu, serta perasaan sekelompok orang terhadap peristiwa dan fenomena tersebut. Salah satu cara untuk mengetahui perasaan orang terhadap pertanyaan survei adalah dengan menggunakan skala LSR. Skala ini memungkinkan responden untuk memberikan tanggapan berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan yang disajikan, sehingga menghasilkan data yang dapat dianalisis secara kuantitatif untuk memahami pandangan atau sikap mereka secara lebih mandalam.

Kuesioner penelitian ini akan disebarakan kepada 400 responden yang merupakan para wisatawan Lokawisata Baturraden. Peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan variabel penelitian berupa *islamic attribute*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya yang wisatawan terima sebagai bentuk pengukuran terhadap *Islamic tourist satisfaction* (kepuasan wisatawan) yang dimiliki wisatawan. Skala likert yang dipakai dalam penelitian ini mempunyai respon dengan skala 1-5 yang masing-masing merupakan pendapat responden sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Tabel Skala Likert**

No.	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat tidak setuju	1
2.	Tidak setuju	2
3.	Kurang setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2022)

#### 4. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dan mengumpulkan dokumen atau bukti-bukti tertulis maupun visual yang relevan dengan penelitian (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa foto kegiatan penelitian, surat izin penelitian, dokumentasi penyebaran kuesioner, serta berbagai arsip atau data yang diperoleh dari pihak pengelola Lokawisata Baturraden dan instansi terkait.

#### H. Teknik Analisis Data

Analisis Proses analisis data dimulai setelah seluruh data dari responden berhasil dikumpulkan. Langkah-langkahnya meliputi Pengelompokan data menurut kategori dan variabel responden, perhitungan

untuk menjawab pertanyaan penelitian, serta uji hipotesis (Sugiyono, 2018: 232). Dalam penelitian ini, tahap analisis data melibatkan:

## 1. Uji Instrument

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses yang digunakan untuk memeriksa apakah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sesuai atau konsisten dengan data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti. Langkah ini penting guna menghasilkan analisis yang akurat dan mendalam terkait objek penelitian yang sedang dikaji (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Proses ini melibatkan perhitungan koefisien korelasi untuk setiap item atau pernyataan dalam kuesioner yang kemudian dibandingkan dengan nilai kritis t-tabel pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika korelasi suatu item lebih kecil dari pada nilai pada t-tabel maka item tersebut dianggap tidak valid karena tidak mampu secara signifikan mempresentasikan variabel yang diukur. Item yang dinyatakan tidak valid harus dikeluarkan dari analisis untuk memastikan keandalan data dan validitas keseluruhan kuesioner.

### b. Uji Reliabilitas

Salah satu tujuan pengujian keandalan adalah untuk menunjukkan seberapa konsisten temuan pengukuran ketika diulang dalam keadaan lingkungan yang sama atau sebanding. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikator yang menggambarkan Tingkat kepercayaan atau keandalan suatu alat ukur. Alat ukur dianggap reliabel apabila ketika digunakan lebih dari satu kali untuk mengukur fenomena atau gejala yang sama hasil yang diperoleh cenderung stabil atau konsisten (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2024). Dalam konteks penelitian, pengujian reliabilitas data menjadi Langkah penting untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan mampu memberikan hasil yang konsisten sehingga data yang dihasilkan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Dalam

penelitian ini, kuesioner dan skala Likert digunakan, dengan analisis dilakukan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dan perangkat lunak SPSS. Sebuah alat ukur dianggap tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* pada kuesioner kurang dari 0,6 (Sugiyono, 2018).

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Ma'sumah (2019) mengatakan bahwa uji kenormalan menentukan apakah variabel dependen, independen, atau keduanya mengikuti distribusi normal. Distribusi variabel dalam model regresi yang layak harus normal atau sangat mendekati normal. Penelitian ini menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel* untuk memeriksa kenormalan. Ini menyiratkan bahwa penelitian ini memeriksa nilai signifikansi temuan uji untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Mengingat nilai signifikansi melebihi 5% (0,05), dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Di sisi lain, distribusi data yang tidak normal ditunjukkan oleh nilai signifikansi lebih rendah dari 5%.

### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berusaha menentukan apakah variabel independen dalam model regresi berganda memiliki pola yang sangat berkorelasi. Karena dapat menyebabkan hubungan yang keliru antara variabel independen dan dependen, tingkat korelasi yang tinggi antara variabel independen dapat membahayakan validitas penelitian. Sederhananya, ketika ada multikolinieritas, kemampuan model regresi untuk menggambarkan bagaimana setiap variabel independen memengaruhi variabel dependen menjadi kurang andal. Menurut Siti Ma'sumah (2019) Multikolinieritas adalah situasi dimana dua atau lebih variabel independent dalam suatu model regresi saling berhubungan dengan cara yang sangat kuat, bahkan hampir sempurna. Artinya variabel-variabel tersebut memiliki hubungan yang begitu erat sehingga sulit untuk

memisahkan pengaruh masing-masing terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, perhitungan model regresi bisa menjadi akurat atau tidak dapat diandalkan.

Tidak adanya masalah multikolinearitas merupakan syarat mutlak bagi model regresi yang berkualitas tinggi. Dalam penelitian ini, dua indikator nilai toleransi dan faktor Inflasi Varians dapat digunakan untuk menilai keberadaan multikolinearitas. Tidak adanya multikolinearitas disimpulkan dari nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang kurang dari 10. Ini berarti bahwa variabel independen model cukup independen satu sama lain untuk memungkinkan interpretasi yang lebih tepat atas kontribusi relatif dari variabel yang terpengaruh

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian residual (kesalahan prediksi) dalam model regresi tidak sama untuk setiap pengamatan. Salah satu cara untuk menentukan apakah dua observasi memiliki varians residual yang berbeda adalah dengan menjalankannya melalui uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai distribusi varians residual yang tidak normal. Agar dianggap homoskedastisitas, model regresi tidak boleh menyertakan heteroskedastisitas apa pun. (Ghozali, 2016).

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menganalisis grafik, dalam metode ini, kita melihat sebuah *scatterplot*, yaitu diagram titik yang mewakili data. Pada *scatterplot* ini, sumbu horizontal menunjukkan nilai *predicted standarized*, yang merupakan perkiraan nilai yang diharapkan dari model, sementara sumbu vertical menunjukkan nilai *residu studentized* yang menggambarkan selisih antara nilai yang diobservasikan dan nilai yang diperkirakan (Suliyanto, 2011).

### 3. Analisis Linier Berganda

Untuk mengetahui berapa banyak faktor independen yang memengaruhi satu variabel dependen, ahli statistik memanfaatkan analisis regresi linier berganda. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel terikat seiring dengan meningkat atau menurunnya dua atau lebih variabel bebas yang bertindak sebagai prediktor. Variabel-variabel tersebut diregresikan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS).

$$\text{Rumus: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Islamic Tourist Satusfaction
A	: Intercept
X1	: Islamic Attributes
X1	: Citra Destinasi
X3	: Nilai Lingkungan Sosial Budaya
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien X1, X2, X3
E	: Besaran Nilai Residu (Standar Error)

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t pada umumnya digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel X (independent) terhadap variabel Y (dependent). Suatu variabel disimpulkan memiliki pengaruh jika nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas tersebut lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) (Suliyanto, 2011). Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada hasil output uji ini. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis dapat diterima. Uji t digunakan untuk menguji setiap vatiabel bebas (*Islamic attributes*, Citra destinasi dan Nilai lingkungan sosial budaya) terhadap variabel dependen (*Islamic Tourist Satisfaction*).

**b. Uji F (Uji Simultan)**

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel X (independent) yang lebih dari satu secara bersama-sama mempengaruhi variabel Y (dependent). Untuk menyimpulkan apakah variabel bebas secara simultan dapat mempengaruhi variabel terikat maka perlu melihat nilai  $f_{hitung}$  dan nilai  $f_{tabel}$  dengan derajat bebas:  $df: \alpha, (k-1) (n, k)$  (Suliyanto, 2011). Hipotesis dapat diterima apabila signifikansi  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$ . Jika memenuhi kriteria tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Jika signifikansi  $f_{hitung}$  lebih kecil dari  $f_{tabel}$  maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y tidak signifikan.

**c. Uji Koefisien Determinasi (*Uji Adjusted R Square*)**

Dalam regresi linier, dilakukan uji yang disebut koefisien determinasi untuk melihat seberapa baik variabel bebas dapat menggambarkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. *Adjusted R Square* merupakan koefisien determinasi yang sudah disesuaikan dengan ukuran sampel dan jumlah variabel untuk mengurangi unsur ketika variabel ditambahkan atau ukuran sampel diperbesar. (Suliyanto, 2011). Nilai koefisien terletak diantara 0 dan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ), jika  $R^2$  semakin mendekati 1 maka akan semakin baik

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Baturraden**

Legenda Baturraden sebenarnya memiliki beberapa versi cerita yang berbeda, tetapi yang paling sering diceritakan dan dikenal oleh masyarakat Banyumas ada dua versi utama. Versi pertama dikenal dengan nama “Kadipaten Kotalima,” sementara versi kedua disebut “Syeh Maulana Maghribi.” Kedua versi ini menjadi cerita populer yang diwariskan secara turun-temurun dan membentuk identitas budaya di daerah tersebut.

Pada zaman dahulu, terdapat sebuah daerah bernama Kadipaten Kotalima yang terletak sekitar 10 kilometer di sebelah barat kaki Gunung Slamet. Di tempat itu, hiduplah seorang Adipati Kotalima bersama istrinya dan putrinya yang sangat cantik. Selain mereka, ada juga beberapa abdi dalem yang membantu mengurus rumah tangga. Salah satu dari mereka adalah “Batur Gamel,” seorang pemuda yang bertugas khusus merawat dan mengurus kuda milik Adipati. Batur Gamel dikenal sebagai sosok yang gagah, sangat bertanggung jawab, dan selalu tekun dalam menjalankan semua tugas yang diberikan kepadanya.

Pagi itu, Batur Gamel sedang mencari makanan untuk kuda milik Adipati Kotalima. Ia berjalan menyusuri pinggir hutan karena di sana rumputnya tumbuh subur dan tinggi. Saat sedang memotong rumput, tiba-tiba ia mendengar suara seseorang berteriak minta tolong dari arah yang tidak terlalu jauh. Batur Gamel pun segera berlari menuju arah suara itu. Ia menemukan seorang wanita yang terjatuh, dan di dekatnya ada seekor ular besar yang tampak siap menyerang. Tanpa ragu, Batur Gamel langsung melawan ular itu dan memenggal kepalanya dengan kudi, sejenis senjata tajam seperti parang. Setelah semuanya aman,

barulah ia menyadari bahwa wanita itu adalah putri dari Adipati Kotalima. Sang putri pun mengucapkan terima kasih karena Batur Gamel telah menyelamatkan nyawanya.

Sejak pertemuan pertama mereka, Putri Adipati dan Batur Gamel sering bertemu dan lama-kelamaan tumbuhlah rasa cinta di antara mereka. Namun, karena mereka berasal dari latar belakang sosial yang berbeda, hubungan mereka harus disembunyikan agar tidak menimbulkan masalah. Pada masa itu, pernikahan antara orang dari kasta berbeda dianggap sesuatu yang memalukan dan tidak bisa diterima. Meski begitu, cinta mereka semakin kuat seiring berjalannya waktu, sampai akhirnya Putri Adipati Kotalima hamil. Batur Gamel pun bertekad untuk bertanggung jawab dan berniat melamar sang putri sebagai tanda keseriusannya. Namun, kabar tersebut membuat Adipati Kotalima sangat marah karena merasa harga diri dan kehormatannya ternoda oleh putrinya dan seorang pembantu. Karena itu, Adipati Kotalima memutuskan untuk mengusir Putri dan Batur Gamel dari Kadipaten. Dengan penuh kesedihan, Putri harus meninggalkan rumah dan orang tua yang sangat dicintainya demi cinta yang ia pilih.

Putri Adipati dan Batur Gamel akhirnya meninggalkan Kadipaten Kotalima. Mereka berjalan ke arah utara tanpa tahu tujuan pasti. Semakin lama, perjalanan mereka makin jauh, melewati hutan-hutan dan mendaki turun gunung bersama. Siang dan malam mereka lewati berdua, sampai akhirnya mulai melupakan kehidupan di Kadipaten. Suatu hari, mereka beristirahat di tepi sungai yang airnya sangat jernih. Saat itu, kehamilan sang putri sudah cukup bulan. Tiba-tiba, perut sang putri terasa sakit, dan tak lama kemudian ia melahirkan seorang bayi laki-laki yang tampan. Sungai tempat mereka beristirahat itu kemudian dinamakan "Kali Putra". Setelah kelahiran bayi itu, mereka menemukan tempat yang nyaman, sejuk, dan segar untuk ditinggali. Batur Gamel segera membangun rumah sederhana dari kayu sebagai tempat

berlindung untuk keluarganya. Ia memanfaatkan apa pun yang bisa dimakan dan digunakan dari hutan untuk menghidupi anak dan istrinya.

Sementara itu, di Kadipaten Kotalima, sang Adipati dan istrinya hidup dalam kesedihan. Adipati sangat merindukan putri kesayangannya dan menyesal telah mengusirnya. Karena rasa bersalah itu, ia menyuruh seorang abdi dalem (pelayan istana) untuk mencari sang putri dan membujuknya agar mau kembali ke Kadipaten Kotalima.

Setelah mencari cukup lama, abdi dalem tersebut akhirnya menemukan sang putri di hutan. Ia menyampaikan pesan dari sang Adipati, termasuk permintaan maaf dan keinginan agar sang putri pulang kembali. Namun, setelah memikirkannya dengan matang, sang putri memutuskan untuk tetap tinggal di tempat itu. Ia merasa bersalah dan merasa pantas menerima hukuman karena telah membuat malu ayahnya. Ia lalu menyuruh abdi dalem itu kembali ke Kadipaten sendirian.

Putri Adipati memilih tinggal bersama Batur Gamel dan anak mereka di sebuah rumah sederhana sebagai bentuk penyesalan dan tanggung jawab atas kesalahan yang pernah mereka lakukan. Tempat tinggal mereka berada di lereng Gunung Slamet yang sejuk dan asri, dan kemudian diberi nama Baturraden. Nama ini berasal dari kata "*Batur*" (yang berarti pembantu, merujuk pada Batur Gamel) dan "*Raden*" (gelar bangsawan Jawa, yang merujuk pada sang putri).

Dari cerita ini, kita bisa belajar bahwa segala sesuatu yang berlebihan itu tidak baik, dan apapun yang sudah kita perbuat, baik atau buruk, kita harus berani menanggung konsekuensinya.

## **2. Letak Geografis Objek Lokawisata Baturraden**

Sejak tahun 1914 hingga 1928, Baturraden mulai dikenal sebagai tempat wisata dan tempat beristirahat favorit, terutama bagi sebagian warga Belanda yang saat itu bekerja dan berkuasa di Pabrik Gula Kalibagor. Daya tarik Baturraden terletak pada udara sejuk dan segarinya, dengan suhu berkisar antara 18°C hingga 25°C, yang sangat

cocok untuk melepas penat. Selain itu, keindahan alam Baturraden dianggap lebih memukau dibandingkan tempat-tempat wisata lain di sekitarnya, menjadikannya destinasi yang istimewa sejak masa kolonial.

Lokawisata Baturraden berada di bagian selatan lereng Gunung Slamet, pada ketinggian sekitar 610 hingga 700 meter di atas permukaan laut. Tempat ini berjarak sekitar 14 kilometer ke arah utara dari Kota Purwokerto dan bisa dijangkau melalui jalan yang cukup baik. Baturraden merupakan salah satu tempat wisata andalan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Lokawisata Baturraden ini, terletak di ujung Utara Desa Ketenger dengan luas wilayah  $\pm 16.800$  m<sup>2</sup> terdiri dari:

- Terbangun : 7,5 Ha
- Perluasan : 4,5 Ha (area kebun cengkeh)
- Perluasan : 4,8 Ha (area belakang pondok hotel slamet)

Penataan lahan dilakukan secara bertahap sesuai dengan rencana induk yang dibuat oleh Panitia Pengarah Perencanaan Teknis Lokawisata Baturraden dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyumas pada tahun 2002

Lokawisata Baturraden adalah tempat wisata alam yang letaknya berdekatan dengan hutan pinus dan damar milik Perum Perhutani BKPH Banyumas Timur, serta dua sungai yaitu Sungai Terunggulan dan Serayu Kuno. Kawasan ini berada di daerah perbukitan yang memiliki jurang dan aliran sungai, dengan kondisi tanah yang bervariasi ada yang datar, ada juga yang curam. Lokasi wisata ini juga berbatasan dengan beberapa wilayah tertentu.

- Sebelah Utara : Daerah Eks Karisdengan Pekalongan
- Sebelah Selatan : Desa Karangmangu Kecamatan Baturraden.
- Sebelah Timur : Desa Limpakuwus Kecamatan Sumbang atau Disbun.
- Sebelah Barat : Dukuh Kalipagu Desa Ketenger Kecamatan Baturraden.

### 3. Gambaran Organisasi UPT Lokawisata Baturraden

#### a. Visi, Misi dan Struktur Organisasi UPT Lokawisata Baturraden

Visi Unit Pelaksana Teknis (UPT) Lokawisata Baturraden, yaitu: *“Lokawisata Baturraden menjadi Obtek Wisata Terindah, Terlengkap, Ternyaman, di Jawa Tengah”*.

Sedangkan, Misi UPT Lokawisata Baturraden meliputi:

- 1) Melestarikan, merawat, mengembangkan dan memberdayakan keindahan alam Baturraden tetap asli dan asri sebagai wisata alam;
- 2) Meningkatkan pelayanan terhadap pengunjung sehingga diharapkan pengunjung dapat berkunjung kembali dan menginfokan ke masyarakat *“getok tular”*.

**Bagan 4. 1**

#### **Struktur Organisasi UPT Lokawisata Baturraden**



#### b. Tugas Pokok dan Fungsi

UPT Lokawisata Baturraden bertugas membantu menjalankan sebagian kegiatan dari Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata, khususnya dalam hal mengelola dan mengembangkan Lokawisata Baturraden. Tugas utama kepala UPT Lokawisata Baturraden dijelaskan dalam Peraturan Bupati Banyumas Nomor 07 Tahun 2010, yang mencakup hal-hal berikut:

- 1) Memimpin perumusan kebijakan teknis pengelola UPT Lokawisata Baturraden;
- 2) Memimpin penyelenggaraan kegiatan keamanan dan ketertiban, kebersihan dan pertamanan, perparkiran, penempatan pedagang dan jasa usaha pariwisata di lingkungan obyek wisata, pemungutan tertribusi di lingkungan UPT Lokawisata Baturraden, serta pentas seni budaya dan promosi secara periodik;
- 3) Memimpin pembinaan kemaan dan ketertiban, kebersihan dan pertamanan, perparkiran, penempatan pedagang dan jasa usaha pariwisata di lingkungan obyek wisata, pemungutan tertribusi di lingkungan UPT Lokawisata Baturraden, serta pentas seni budaya dan promosi secara periodik; dan
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan (Dinas Pemuda, Olah Raga Kebudayaan dan Pariwisata) sesuai bidang tugasnya.

#### **B. Karakteristik Responden Penelitian**

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang yang merupakan pengunjung Lokawisata Baturraden. Responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Dalam hal ini kriteria yang digunakan meliputi pengunjung yang pernah datang ke Lokawisata Baturraden, pengunjung beragama Islam, dan berada dalam rentang usia lebih dari 17 tahun. Dengan menggunakan Teknik ini, diharapkan data yang diperoleh benar-benar berasal dari individu yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian.

Untuk mempermudah dalam memahami data responden, peneliti mengelompokkan responden ke dalam beberapa kategori berdasarkan karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan serta frekuensi berkunjung. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai profil responden dalam

penelitian ini. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing karakteristik responden disajikan pada bagian berikut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dibawah ini merupakan data jumlah responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	137	34%
2.	Perempuan	263	66%
<b>Jumlah</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4.1 menyajikan data mengenai distribusi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total keseluruhan responden, sebanyak 137 orang atau sebesar 34% merupakan laki-laki sedangkan sisanyanya 263 orang atau sebesar 66% adalah Perempuan. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Perempuan dengan presentase mencapai 66% dari total responden.

### 2. Karakteristik responden berdasarkan rentang usia

Dibawah ini adalah data jumlah karakteristik responden berdasarkan rentang usia:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia**

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	18 – 25 Tahun	173	43%
2.	26 – 35 Tahun	130	32%
3.	36 – 45 Tahun	64	16%
4.	46 – 55 Tahun	26	7%
5.	> 56 Tahun	7	2%
<b>Jumlah</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan rentang usia. Dari total 400 responden yang terlibat dalam penelitian, mayoritas berada pada rentang usia 18–25 tahun sebanyak 173 responden atau sebesar 43%. Kelompok usia 26–35 tahun menempati urutan kedua dengan jumlah 130 responden atau 32%. Selanjutnya, sebanyak 64 responden atau 16% berada pada rentang usia 36–45 tahun. Responden berusia 46–55 tahun berjumlah 26 orang atau 7%, sementara kelompok usia di atas 56 tahun merupakan kelompok terkecil dengan hanya 7 responden atau 2%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok usia muda, khususnya usia 18–25 tahun.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dibawah ini merupakan jumlah data responden berdasarkan pekerjaan:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	137	34%
2.	Pegawai Swasta	116	29%
3.	PNS/Guru/Polri	57	14%
4.	Wirausaha	90	23%
	Jumlah	400	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 137 orang atau sebesar 34% dari total responden. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 116 orang atau sebesar 29%. Responden yang berprofesi sebagai PNS, guru, atau anggota Polri sebanyak 57 orang atau 14%. Sementara itu, responden yang berwirausaha berjumlah 90 orang atau 23%. Dengan demikian,

total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 400 orang. Data ini menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa mendominasi komposisi pekerjaan responden, diikuti oleh pegawai swasta dan wirausaha.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Berikut ini merupakan jumlah data karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan:

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pertama Kali	143	36%
2.	2-3 Kali	157	39%
3.	> 3 Kali	100	25%
<b>Jumlah</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan ke Lokawisata Baturraden. Dari total 400 responden, mayoritas atau sebanyak 157 orang (39%) telah mengunjungi destinasi ini sebanyak 2–3 kali. Sementara itu, responden yang baru pertama kali berkunjung berjumlah 143 orang atau sebesar 36%. Adapun responden yang telah mengunjungi lebih dari tiga kali sebanyak 100 orang atau 25% dari total keseluruhan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung sudah pernah datang sebelumnya, yang mengindikasikan adanya daya tarik tersendiri dari destinasi ini sehingga mampu mendorong kunjungan ulang.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Instrumen Data

##### a. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 27, menggunakan data dari 400 responden. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap

pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian (kuesioner) memiliki keakuratan dan ketepatan dalam mengumpulkan data.

Dalam proses pengujian, nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) antara masing-masing item pertanyaan dengan total skor kuesioner dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ , yang diperoleh dari distribusi Pearson Product Moment. Perbandingan ini dilakukan dengan derajat kebebasan (df) sebesar  $n - 2$ , di mana  $n$  adalah jumlah responden. Pada penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau  $\alpha = 0,05$ , yang setara dengan tingkat kepercayaan 95%. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, artinya layak digunakan dalam pengumpulan data karena mampu merepresentasikan variabel yang diteliti (Ghozali, 2016).

Dalam proses pengujian validitas suatu pernyataan atau butir instrumen, terdapat beberapa kriteria yang digunakan sebagai acuan. Kriteria tersebut antara lain:

- 1) Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka pernyataan tersebut dianggap valid.
- 2) Sebaliknya, jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid.

Nilai  $r$  tabel sendiri merupakan nilai pembanding yang diperoleh dari tabel distribusi statistik, dengan tingkat signifikansi tertentu. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%).

$$\begin{aligned} R_{tabel} &= n-2 \\ &= 400-2 \\ &= 398 \\ &= 0,098 \end{aligned}$$

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>No. Item</b>	<b>Nilai <math>r_{hitung}</math></b>	<b>Nilai <math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
<i>Islamic Attributes</i> ( $X_1$ )	X1.1	0,820	0,098	Valid
	X1.2	0,852	0,098	Valid
	X1.3	0,850	0,098	Valid
	X1.4	0,847	0,098	Valid
Citra Destinasi ( $X_2$ )	X2.1	0,834	0,098	Valid
	X2.2	0,870	0,098	Valid
	X2.3	0,841	0,098	Valid
Nilai Lingkungan Sosial Budaya ( $X_3$ )	X3.1	0,610	0,098	Valid
	X3.2	0,642	0,098	Valid
	X3.3	0,619	0,098	Valid
	X3.4	0,602	0,098	Valid
	X3.5	0,600	0,098	Valid
	X3.6	0,623	0,098	Valid
	X3.7	0,559	0,098	Valid
	X3.8	0,580	0,098	Valid
	X3.9	0,589	0,098	Valid
<i>Islamic Tourist Satisfaction</i> ( $Y$ )	Y.1	0,830	0,098	Valid
	Y.2	0,855	0,098	Valid
	Y.3	0,779	0,098	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas untuk setiap item pernyataan menunjukkan nilai  $r$  hitung yang lebih besar daripada nilai  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$  0,098). Hal ini berarti bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan

valid. Dengan demikian, semua pernyataan yang terdapat dalam kuesioner, baik yang berkaitan dengan variabel *Islamic Attributes* (X1), Citra Destinasi (X2), Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X3) maupun *Islamic Tourist Satisfaction* (Y), dapat digunakan dan dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk menguji sejauh mana instrumen penelitian (seperti kuesioner atau angket) dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan dalam beberapa kesempatan yang berbeda. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan benar-benar dapat dipercaya atau tidak dalam mengukur suatu variabel.

Uji reliabilitas biasanya dilakukan setelah instrumen melewati uji validitas dan dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan sebagai indikator untuk menilai reliabilitas instrumen. Apabila nilai Alpha lebih besar dari 0,6 ( $\alpha > 0,6$ ), maka instrumen tersebut dianggap cukup reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan menggunakan SPSS 27

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Nilai Alpha	Keterangan
<i>Islamic Attributes</i> (X <sub>1</sub> )	0,867	0,6	Reliabel
Citra Destinasi (X <sub>2</sub> )	0,805	0,6	Reliabel

Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X <sub>3</sub> )	0,905	0,6	Reliabel
<i>Islamic Tourist Satisfaction</i> (Y)	0.757	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada Tabel 4.6, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel penelitian menunjukkan angka yang cukup tinggi. Nilai untuk variabel *Islamic Attributes* (X<sub>1</sub>) adalah 0,867, Citra Destinasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,805, Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X<sub>3</sub>) sebesar 0,905, dan *Islamic Tourist Satisfaction* (Y) sebesar 0,757. Seluruh nilai tersebut melebihi standar minimum yaitu 0,6, yang merupakan batas ambang untuk menyatakan bahwa suatu instrumen bersifat reliabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak untuk digunakan dalam pengumpulan data karena telah memenuhi syarat reliabilitas.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu tahap penting dalam analisis regresi, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen (bebas) dan dependen (terikat) memiliki pola distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Uji ini bekerja dengan membandingkan distribusi data yang dimiliki dengan distribusi normal teoritis. Hasil dari uji ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi (p-value). Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (atau 5%), maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Berikut ini

disajikan hasil pengujian normalitas data menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.59587317	
Most Extreme Differences	Absolute	.036	
	Positive	.020	
	Negative	-.036	
Test Statistic		.036	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.235	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.224
		Upper Bound	.246

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yang ditampilkan pada Tabel 4.7, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,246. Nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikansi standar yang digunakan, yaitu  $sig (2-tailed) > 0,246 > 0,05$ . Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data penelitian dengan distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Dengan kata lain, data yang digunakan telah terdistribusi secara normal, sehingga analisis statistik yang dilakukan dapat dianggap valid dan dapat dipercaya.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang kuat antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas, yaitu kondisi di mana variabel-variabel bebas saling berkorelasi tinggi satu sama lain. Untuk

mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model, dapat digunakan indikator statistik berupa nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua nilai ini biasanya diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan software statistik seperti SPSS versi 27 atau aplikasi sejenis lainnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF  $> 10$  dan nilai *Tolerance*  $< 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.
2. Sebaliknya, jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Islamic Attributes	.922	1.084
	Citra Destinasi	.747	1.339
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.748	1.337

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

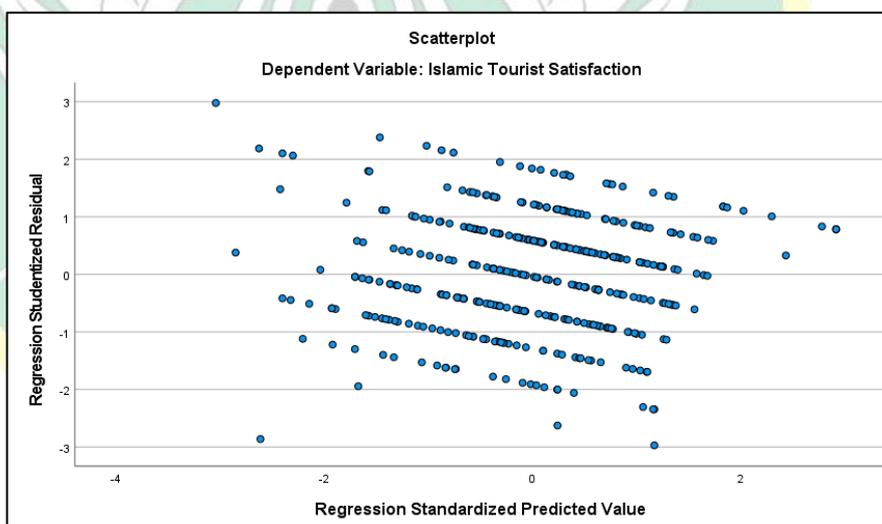
Berdasarkan tabel 4.8 ditunjukkan hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel *Islamic attributes* ( $X_1$ ) sebesar 1.084 dengan nilai *tolerance* 0,922, nilai VIF variabel citra destinasi ( $X_2$ ) sebesar 1.339 dengan nilai *tolerance* 0,747, dan nilai VIF pada variabel nilai lingkungan sosial budaya ( $X_3$ ) adalah 1.337 dengan nilai *tolerance* 0,748. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel tersebut adalah  $>10$  dan nilai *tolerance value*  $>1,0$  yang artinya data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians (keragaman) dari sisa hasil prediksi (residual) pada setiap pengamatan. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa nilai residual memiliki penyebaran yang seragam di seluruh data. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menganalisis *scatterplot*. Grafik ini menunjukkan hubungan antara nilai prediksi standar (sumbu horizontal) dan nilai *residu studentized* (sumbu vertikal), yang menggambarkan selisih antara data sebenarnya dan hasil prediksi model.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Grafik Scattreplot**



Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan *scatterplot* uji heteroskedastisitas pada variabel *Islamic Tourist Satisfaction*, tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari sebaran titik yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, yang menunjukkan bahwa varians residual konstan (homoskedastisitas). Dengan demikian, model

regresi memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi linier berganda.

### 3. Analisis Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *Islamic Attributes* (X1), Citra Destinasi (X2), dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X3) memiliki pengaruh terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y). Model yang digunakan adalah persamaan regresi linear berganda, yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Islamic Tourist Satusfaction
A	: Konstanta
X <sub>1</sub>	: Islamic Attributes
X <sub>2</sub>	: Citra Destinasi
X <sub>3</sub>	: Nilai Lingkungan Sosial Budaya
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub>
e	: Besaran Nilai Residu (Standar Error)

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.111	.702		10.127	.000
	Islamic Attributes	.131	.033	.196	3.989	.000
	Citra Destinasi	.110	.046	.132	2.415	.016
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.040	.016	.137	2.516	.012

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel, dapat dijelaskan bahwa terdapat beberapa kesimpulan penting yang bisa diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

$$Y = 7,111 + 0,313X_1 + 0,110X_2 + 0,040X_3 + e$$

Keterangan:

a.  $\alpha = 7,111$

Nilai  $\alpha$  adalah 7,111, yang artinya konstanta atau keadaan variabel terikat berupa *islamic tourist satisfaction* belum mendapat pengaruh dari variabel lain yang digunakan dalam penelitian diantaranya yaitu *islamic attributes*, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya. variabel terikat tidak akan mengalami perubahan dikarenakan tidak adanya variabel bebas.

b.  $b_1 = 0,313$

Nilai koefisien regresi dari variabel  $X_1$  (*islamic attributes*) yaitu 0,313, menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel  $Y$  (*islamic tourist satisfaction*). Artinya setiap peningkatan satu satuan pada *islamic attributes* akan meningkatkan *islamic tourist satisfaction* (kepuasan pengunjung) sebesar 0,313. Dengan kata lain semakin baik *islamic attributes* yang diterapkan, maka *islamic tourist satisfaction* juga cenderung meningkat.

c.  $b_2 = 0,110$

Koefisien regresi untuk variabel  $X_2$  (citra destinasi) sebesar 0,110 menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap *Islamic tourist satisfaction*. Artinya jika nilai variabel citra destinasi meningkat sebesar 1 satuan, maka *Islamic tourist satisfaction* diperkirakan akan meningkat sebesar 0,110 satuan. Pengaruh ini diasumsikan terjadi tanpa mempertimbangkan variabel di luar penelitian ini.

d.  $b_3 = 0,040$

nilai koefisien regresi untuk variabel  $X_3$  (nilai lingkungan sosial budaya) sebesar 0,040 menunjukkan bahwa pengaruh positif antara nilai

lingkungan sosial budaya dan *Islamic tourist satisfaction*. Artinya, jika nilai variabel  $X_3$  meningkat sebesar 1 satuan, maka  $Y$  juga akan meningkat sebesar 0,040 satuan. Hubungan ini diasumsikan terjadi apabila variabel-variabel lain dalam penelitian tetap konstan atau tidak ada pengaruh dari variabel luar yang belum diteliti.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t merupakan salah satu metode pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X$ ) memiliki pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Dengan kata lain, uji ini membantu menjawab pertanyaan: "Apakah variabel  $X$  benar-benar memengaruhi variabel  $Y$  secara signifikan?".

Dalam melakukan uji t, terdapat beberapa dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Jika nilai signifikansi ( $p$ -value)  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen ( $X$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.
2. Jika nilai signifikansi ( $p$ -value)  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel  $X$  terhadap  $Y$ . Dalam hal ini, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak dan hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima.
3. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga  $H_a$  diterima.
4. Sebaliknya, jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga  $H_a$  ditolak.

Untuk mendapatkan nilai  $t_{\text{tabel}}$ , dapat dihitung menggunakan rumus tertentu dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan (df), yaitu:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= n - k - 1 \\ &= 400 - 3 - 1 \\ &= 396 \text{ (df)} \\ &= 1,966 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus sebelumnya, diketahui bahwa nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk 400 responden adalah sebesar 1,966. Selanjutnya, hasil uji t yang dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 27 akan dijelaskan di bawah ini:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.111	.702		10.127	.000
	Islamic Attributes	.131	.033	.196	3.989	.000
	Citra Destinasi	.110	.046	.132	2.415	.016
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.040	.016	.137	2.516	.012

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

Sumber: Hasil Olah Data Statistik, 2025

Berdasarkan hasil dari pengujian regresi yang tertera pada tabel 4.10 tersebut, maka menghasilkan pernyataan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat dilihat besarnya nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel *Islamic attributes* ( $X_1$ ) adalah 3,989 sedangkan besarnya  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1,966

menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel *Islamic attributes* ( $X_1$ ) terhadap *Islamic tourist satisfaction* (Y) sebesar  $3,989 > 1,966$  ( $t_{tabel}$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, **H1 diterima**, yang berarti *Islamic Attributes* ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y).

2) Nilai  $t_{hitung}$  variabel *Citra Destinasi* ( $X_2$ ) adalah 2,415 sedangkan besarnya  $t_{tabel}$  adalah 1,966 menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel *Citra Destinasi* ( $X_2$ ) terhadap *Islamic tourist satisfaction* (Y) sebesar  $2,415 > 1,966$  ( $t_{tabel}$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,016 < 0,05$ . Oleh karena itu, **H2 diterima**, yang berarti *Citra Destinasi* ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y).

3) Nilai  $t_{hitung}$  variabel *Nilai Lingkungan Sosial Budaya* ( $X_3$ ) adalah 2,516 sedangkan besarnya  $t_{tabel}$  adalah 1,966 menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  *Nilai Lingkungan Sosial Budaya* ( $X_3$ ) terhadap *Islamic tourist satisfaction* (Y) sebesar  $2,516 > 1,966$  ( $t_{tabel}$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Oleh karena itu, **H3 diterima**, yang berarti *Nilai Lingkungan Sosial Budaya* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y).

#### b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan salah satu metode pengujian dalam analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini bersifat simultan, artinya seluruh variabel bebas yang digunakan dalam model dianalisis secara kolektif untuk melihat apakah memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (p-value)  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.
2. Jika nilai signifikansi (p-value)  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Oleh karena itu, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
3. Jika nilai F hitung  $>$  nilai F tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Dalam hal ini, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.
4. Sebaliknya, jika nilai F hitung  $<$  nilai F tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

Untuk menentukan besarnya nilai  $F_{\text{tabel}}$ , maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= (\alpha/2; n - k - 1) \\ &= (0,05/2; 400 - 3 - 1) \\ &= (0,025; 396) \end{aligned}$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,63$$

Dasi hasil perhitungan yang telah dilakukan dari rumus diatas, maka dapat diketahui besarnya nilai  $F_{\text{tabel}}$  dari 400 responden adalah 2,63.

Berikut merupakan hasil dari uji F dengan menggunakan SPSS 27:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.500	3	45.167	17.601	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1016.178	396	2.566		
	Total	1151.677	399			

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction  
b. Predictors: (Constant), Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Islamic Attributes, Citra Destinasi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Dari hasil uji F yang dipaparkan pada tabel diatas dan berdasarkan aturan pengambilan keputusan, menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 17,601 dan  $F_{tabel}$  yang sebelumnya sudah dihitung diatas adalah 2,63 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ). Kemudian nilai dari probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dari itu bisa diambil kesimpulan bahwa **H4 diterima** yang artinya variabel *Islamic attributes* ( $X_1$ ), citra destinasi ( $X_2$ ) dan nilai lingkungan sosial budaya ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic tourist satisfaction* (Y) di Lokawisata Baturraden.

**c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)**

Untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, digunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  berada dalam rentang 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan model (dalam hal ini, variabel independen) dalam menjelaskan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  rendah, maka variabel independen hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi dari variabel dependen. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik model

regresi dalam menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti (Ghozali, 2017).

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 <sup>a</sup>	.118	.111	1.602
a. Predictors: (Constant), Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Islamic Attributes, Citra Destinasi				
b. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.13, diketahui bahwa nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,111. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan hanya mampu menjelaskan sebesar 11,1% variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu Islamic tourist satisfaction (Y). Artinya, ketiga variabel independen yang diteliti *Islamic attributes* (X<sub>1</sub>), Citra destinasi (X<sub>2</sub>), dan Nilai lingkungan sosial budaya (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama hanya memberikan pengaruh sebesar 11,1% terhadap loyalitas konsumen. Sementara itu, sisanya sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dengan kata lain, masih terdapat variabel-variabel lain di luar penelitian ini yang kemungkinan besar turut memengaruhi *Islamic tourist satisfactoin* dan perlu ditelusuri lebih lanjut dalam penelitian selanjutnya.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Islamic attributes*, Citra destinasi dan Nilai lingkungan sosial budaya terhadap *Islamic tourist satisfaction*. Berikut ini merupakan pembahasan dari tujuan penelitian ini berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan.

1. Pengaruh Islamic Attributes (X<sub>1</sub>) Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y) di Lokawisata Baturraden

Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel *Islamic Attributes* (X1) sebesar 3,989, sementara nilai ttabel sebesar 1,966, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan kriteria pengujian, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis H1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara *Islamic Attributes* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan atribut-atribut Islami secara parsial dapat meningkatkan kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic Attributes* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden. Artinya, semakin baik fasilitas dan layanan yang berbasis syariah yang tersedia di destinasi wisata tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan muslim. Beberapa fasilitas yang paling berpengaruh antara lain adalah mushola yang bersih, ketersediaan makanan halal, serta papan petunjuk arah kiblat. Hal ini menegaskan bahwa kebutuhan religius wisatawan muslim menjadi elemen krusial dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

Temuan ini sejalan dengan teori *Expectancy-Disconfirmation Theory* (Oliver, 1980), yang menjelaskan bahwa kepuasan muncul ketika pengalaman aktual melebihi ekspektasi. Wisatawan muslim yang mengunjungi destinasi dengan ekspektasi tersedianya fasilitas religius yang layak akan merasa sangat puas ketika fasilitas-fasilitas tersebut tidak hanya tersedia tetapi juga nyaman dan mudah diakses. Oleh karena itu, keberadaan *Islamic Attributes* di Lokawisata Baturraden menjadi pemicu penting dalam menciptakan disconfirmation positif dan meningkatkan kepuasan wisatawan. Secara teoritis, teori *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) juga dapat menjelaskan perilaku wisatawan muslim dalam memilih destinasi. Keberadaan fasilitas-fasilitas Islami memengaruhi sikap, norma subjektif, dan kontrol

perilaku wisatawan, sehingga mereka lebih cenderung memilih dan merasa puas dengan destinasi yang menyediakan *Islamic Attributes*. Dengan demikian, destinasi yang memperhatikan nilai-nilai religius dalam layanannya mampu membentuk niat positif wisatawan untuk berkunjung dan bahkan melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan hasil penelitian, *Islamic Attributes* terbukti menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan wisatawan Muslim di Lokawisata Baturraden. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan sangat memperhatikan ketersediaan fasilitas-fasilitas keislaman seperti tempat ibadah yang bersih, makanan halal, dan suasana yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Temuan ini selaras dengan landasan teologis dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168. Ayat ini menegaskan pentingnya konsumsi yang halal dan thayyib sebagai bagian dari kepatuhan terhadap ajaran Islam. Dengan tersedianya atribut-atribut keislaman ini, wisatawan merasa aman secara spiritual dan psikologis, sehingga meningkatkan kepuasan mereka selama berwisata.

Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Misalnya, studi oleh Irda et al. (2019) dan Muna & Karlina (2020) menunjukkan bahwa *Islamic Attributes* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan muslim. Mereka menemukan bahwa wisatawan yang merasa kebutuhan ibadahnya terpenuhi selama perjalanan cenderung merasa lebih puas dan nyaman. Hal yang sama diungkapkan oleh Battour dan Ismail (2016) yang menekankan bahwa *Islamic Attributes* seperti makanan halal, tempat ibadah, serta suasana yang bebas dari unsur yang bertentangan dengan syariah merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa *Islamic Attributes* tidak hanya menjadi kebutuhan pelengkap tetapi juga merupakan inti dari kepuasan wisatawan muslim di destinasi halal. Dalam konteks Lokawisata Baturraden, pengelola destinasi

disarankan untuk terus meningkatkan ketersediaan dan kualitas layanan Islami agar dapat memperkuat loyalitas pengunjung dan menciptakan citra sebagai destinasi ramah muslim yang unggul di wilayah Banyumas. Penekanan pada aspek ini juga menjadi strategi jangka panjang dalam mengembangkan potensi pariwisata halal yang berkelanjutan di Indonesia.

## 2. Pengaruh Citra Destinasi ( $X_2$ ) Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y) Di Lokawisata Baturraden

Berdasarkan hasil uji t, nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Citra Destinasi ( $X_2$ ) adalah 2,415, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,966, dan nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Dengan demikian,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa Hipotesis  $H_2$  diterima. Artinya, variabel citra destinasi secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan muslim di Lokawisata Baturraden. Citra destinasi yang positif terbukti meningkatkan kepuasan pengunjung karena membentuk persepsi yang baik sebelum dan selama kunjungan wisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim di Lokawisata Baturraden. Ini berarti bahwa persepsi positif wisatawan terhadap Baturraden sebagai destinasi wisata yang ramah muslim mampu meningkatkan kepuasan mereka selama kunjungan. Citra yang terbentuk dari pengalaman langsung, kebersihan lingkungan, keramahan masyarakat lokal, serta penyediaan fasilitas publik yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman menjadikan wisatawan merasa lebih dihargai dan nyaman. Ketika destinasi membangun citra yang positif, hal tersebut akan menciptakan kesan menyenangkan dan meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk kembali berkunjung.

Citra destinasi juga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, meskipun pengaruhnya tidak sebesar *Islamic Attributes*. Wisatawan cenderung merasa puas apabila mereka memiliki persepsi positif terhadap destinasi, baik dari segi keindahan alam,

kebersihan lingkungan, maupun keramahan masyarakat. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam dalam surat Ar-Rum ayat 22. Ayat ini mengajarkan bahwa keindahan alam dan keragaman budaya merupakan tanda-tanda kebesaran Allah yang dapat dinikmati dan direnungkan oleh manusia. Dengan demikian, citra destinasi yang positif bukan hanya menjadi daya tarik visual, tetapi juga sebagai sarana menenangkan diri bagi wisatawan Muslim.

Dalam teori *Destination Image* (Echtner & Ritchie, 1991), dijelaskan bahwa citra destinasi terdiri atas elemen kognitif (apa yang wisatawan pikirkan tentang destinasi) dan afektif (bagaimana perasaan wisatawan terhadap destinasi). Ketika wisatawan muslim memiliki persepsi bahwa Lokawisata Baturraden adalah tempat yang bersih, aman, sejuk, dan menghormati nilai-nilai Islam, maka pengalaman emosional mereka juga akan menjadi lebih positif. Kombinasi antara persepsi rasional dan emosional inilah yang menjadi dasar kuat bagi terciptanya kepuasan wisatawan. Hasil ini juga sejalan dengan *Push-Pull Theory* (Dann, 1977), di mana citra destinasi merupakan bagian dari faktor “pull” yang menarik wisatawan untuk datang. Baturraden, dengan kekayaan alamnya, budaya lokal yang santun, dan fasilitas penunjang wisata halal, menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan muslim. Ketika ekspektasi wisatawan terhadap citra tempat wisata sesuai atau bahkan melebihi kenyataan yang mereka alami, maka akan tercipta kepuasan yang tinggi selama kunjungan.

Penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Manoppo & Santosa (2023) dan Basra (2023) membuktikan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian mereka menegaskan bahwa citra destinasi yang baik akan menciptakan pengalaman positif dan mendorong loyalitas wisatawan. Demikian pula, penelitian Naufal Sinatria (2023) menunjukkan bahwa persepsi yang positif terhadap destinasi akan meningkatkan niat wisatawan untuk

mengunjungi kembali lokasi tersebut, karena mereka merasa puas dengan pengalaman sebelumnya.

Dengan demikian, membangun dan menjaga citra destinasi yang positif merupakan kunci penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan muslim di Lokawisata Baturraden. Pengelola destinasi perlu memperhatikan faktor-faktor yang membentuk citra ini, seperti promosi yang sesuai, peningkatan fasilitas publik, serta pelatihan bagi masyarakat lokal agar semakin ramah terhadap wisatawan muslim. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat posisi Baturraden sebagai destinasi unggulan wisata halal di Indonesia.

### 3. Pengaruh Nilai Lingkungan Sosial Budaya ( $X_3$ ) Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y) di Lokawisata Baturraden

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya ( $X_3$ ) sebesar 2,516, dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,966, dan nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima. Artinya, nilai lingkungan sosial budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan muslim merasa lebih puas ketika mereka berada di lingkungan wisata yang menjunjung tinggi nilai-nilai budaya yang ramah, harmonis, serta mendukung kehidupan sosial yang Islami.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai lingkungan sosial budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim di Lokawisata Baturraden. Lingkungan sosial budaya yang mencerminkan keramahan masyarakat lokal, suasana yang aman dan tertib, serta penghormatan terhadap nilai-nilai Islam memberikan rasa nyaman dan aman bagi pengunjung. Faktor-faktor seperti gotong royong masyarakat, kebersihan, kesejukan alam, hingga sikap toleransi terhadap keberagaman agama turut meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan muslim di destinasi ini.

Meskipun pengaruhnya paling kecil dibanding dua variabel lainnya, nilai lingkungan sosial budaya tetap memiliki kontribusi positif terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan Muslim merasa lebih nyaman ketika berada di lingkungan yang menjunjung tinggi nilai-nilai sosial seperti keramahan, gotong royong, toleransi, dan kebersamaan. Nilai-nilai ini sejalan dengan ajaran Islam yang tercantum dalam surat Al-Hujurat ayat 13. Ayat ini menekankan pentingnya sikap saling menghormati dan mengenal antar umat manusia sebagai bentuk implementasi nilai sosial yang luhur. Oleh karena itu, penguatan nilai-nilai sosial budaya dalam masyarakat lokal menjadi salah satu faktor pendukung terciptanya pengalaman wisata yang menyenangkan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Secara teoritis, temuan ini sesuai dengan pendekatan *Ecotourism Theory* (Honey, 2008), yang menekankan pentingnya pelestarian budaya dan partisipasi masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata. Dalam konteks wisata halal, nilai-nilai sosial budaya seperti sopan santun, kebersamaan, dan penghargaan terhadap tamu memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan wisatawan. Ketika wisatawan merasa disambut dengan baik oleh penduduk lokal dan budaya sekitar tidak bertentangan dengan ajaran agama mereka, maka mereka akan merasa lebih terhubung dengan lingkungan tersebut. Teori *Doxey's Irridex Model* (1975) juga relevan dalam menjelaskan dinamika interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Ketika masyarakat menunjukkan sikap positif dan terbuka terhadap wisatawan, maka hubungan yang harmonis dapat tercipta. Di Lokawisata Baturraden, budaya ramah tamah dan semangat gotong royong yang masih kental menjadi daya tarik tersendiri yang meningkatkan kepuasan wisatawan. Ini menunjukkan bahwa kualitas interaksi sosial dan budaya lokal tidak bisa diabaikan dalam membentuk pengalaman wisata yang memuaskan.

Penelitian terdahulu juga menguatkan temuan ini. Misalnya, Novia et al. (2022) menemukan bahwa nilai-nilai sosial dan budaya lingkungan seperti toleransi, keindahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Begitu juga studi oleh Battour & Ismail (2016) menyatakan bahwa nilai budaya lokal yang selaras dengan ajaran Islam memberikan pengalaman spiritual dan sosial yang lebih dalam bagi wisatawan muslim. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata berbasis budaya lokal menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan pariwisata halal.

Kesimpulannya, nilai lingkungan sosial budaya memiliki peran penting dalam meningkatkan *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden. Pengelola destinasi perlu menjaga dan melestarikan nilai-nilai lokal seperti toleransi, kebersihan, dan keindahan alam, serta mendorong masyarakat untuk terus menunjukkan keramahan terhadap wisatawan. Dengan memperkuat aspek sosial budaya ini, Baturraden tidak hanya menjadi destinasi yang indah secara fisik, tetapi juga memberikan pengalaman yang hangat dan berkesan secara spiritual dan sosial bagi wisatawan muslim.

4. Pengaruh *Islamic Attributes* ( $X_1$ ), Citra Destinasi ( $X_2$ ) dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya ( $X_3$ ) Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y) di Lokawisata Baturraden

Bedasarkan hasil uji silmultan (Uji F) yang telah dilakukan, diketahui variabel *Islamic Attributes*, Citra Destinasi dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden. Hal ini ditunjukkan oleh hasil perhitungan nilai  $F_{hitung}$ . Hal ini ditunjukkan oleh hasil nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $17,601 > 2,63$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_4$  dalam penelitian ini diterima, yang berarti bahwa ketiga variabel independent tersebut memang berpengaruh secara signifikan terhadap *Islamic ourist satisfaction*. Untuk melihat seberapa besar

kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap *Islamic tourist satisfaction* digunakan Adjustes R Square yang diperoleh sebesar 11,1%. Nilai ini menunjukkan bahwa 11,1% variasi dalam *Islamic tourist satisfaction* karyawan dapat dijelaskan oleh *Islamic attributes*, Citra destinasi dan Nilai lingkungan sosial budaya. Sementara itu sisanya sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, dari ketiga variabel independen yang diuji, yaitu *Islamic Attributes*, Citra Destinasi, dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya, variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* di Lokawisata Baturraden adalah *Islamic Attributes*. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,131, yang lebih tinggi dibandingkan nilai koefisien variabel lainnya, yakni Citra Destinasi sebesar 0,110 dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya sebesar 0,040. Selain itu, nilai  $t_{hitung}$  dari *Islamic Attributes* juga paling tinggi, yaitu 3,989, dengan tingkat signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruhnya signifikan secara statistik.

*Islamic Attributes* menjadi variabel yang paling berpengaruh adalah karena wisatawan Muslim sangat memperhatikan ketersediaan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman, seperti adanya mushola yang bersih, makanan halal, petunjuk arah kiblat, serta suasana yang mendukung aktivitas ibadah. Fasilitas-fasilitas ini mampu menciptakan rasa nyaman dan puas yang tinggi karena memenuhi ekspektasi religius wisatawan. Ketika ekspektasi tersebut terpenuhi bahkan melebihi harapan, maka akan muncul kepuasan yang tinggi sesuai dengan konsep *Expectancy-Disconfirmation Theory* (Oliver, 1980)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan dan penguatan *Islamic Attributes* menjadi kunci utama dalam meningkatkan *Islamic Tourist Satisfaction* (Kepuasan Wisatawan Muslim) di destinasi wisata halal seperti Lokawisata Baturraden.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data dalam skripsi yang berjudul "*Pengaruh Islamic Attributes, Citra Destinasi dan Nilai Lingkungan Sosial Budaya terhadap Islamic Tourist Satisfaction yang Berkunjung di Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas*", maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel *Islamic Attributes* (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* (Y). Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,989 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,966, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan atribut-atribut Islami di destinasi wisata, seperti ketersediaan mushola yang bersih, makanan yang halal, serta petunjuk arah kiblat, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan muslim saat berkunjung ke Lokawisata Baturraden.
2. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa *Citra Destinasi* (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*. Dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,415 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,966, serta nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ , artinya persepsi positif wisatawan terhadap citra atau gambaran umum destinasi Baturraden, seperti keindahan alam, kebersihan, kenyamanan, dan daya tarik lainnya, dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka selama berwisata.
3. Variabel *Nilai Lingkungan Sosial Budaya* (X3) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*, dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,516 > t_{tabel}$  1,966 dan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa sikap masyarakat lokal, seperti keramahan, sopan santun, serta budaya gotong royong dan toleransi, memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman wisata yang

nyaman dan sesuai dengan nilai-nilai Islami yang dijunjung oleh wisatawan muslim.

4. Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *Islamic Attributes*, *Citra Destinasi*, dan *Nilai Lingkungan Sosial Budaya*, secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sebesar 17,601 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,63, dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ketiga variabel ini secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan wisatawan muslim sebesar 11,1%.

## B. Saran

Setelah melalui serangkaian tahapan penelitian, mulai dari proses analisis dan pengujian data hingga diperolehnya hasil serta kesimpulan, peneliti menyusun beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak terkait maupun untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Industri Pariwisata

Disarankan agar pelaku industri pariwisata lebih memperhatikan dan meningkatkan penerapan *Islamic attributes* seperti penyediaan tempat ibadah yang nyaman, makanan halal, serta fasilitas penunjang lainnya yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini terbukti berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan muslim, dan dapat menjadi nilai jual unggulan untuk menarik lebih banyak pengunjung.

### 2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Destinasi

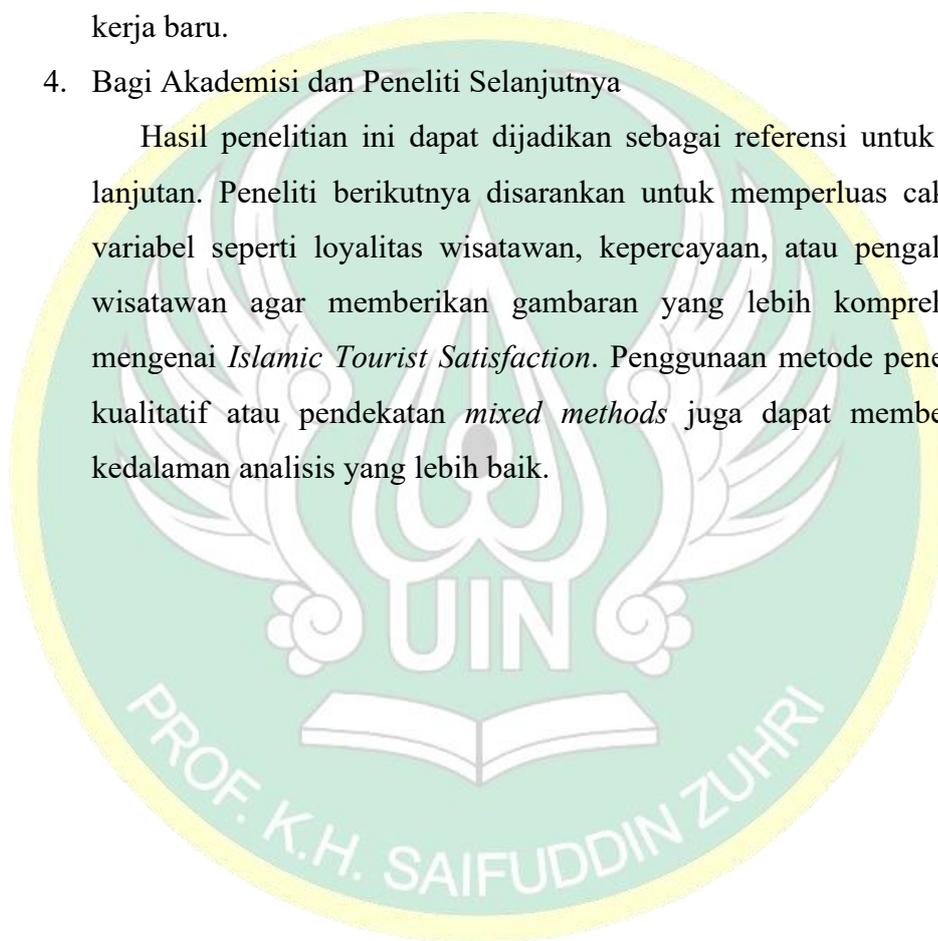
Pemerintah daerah dan pengelola Lokawisata Baturraden perlu terus mendorong pengembangan citra destinasi yang positif melalui promosi dan peningkatan kualitas infrastruktur, kebersihan, keamanan, serta pelestarian lingkungan. Selain itu, penting untuk merancang strategi promosi destinasi halal yang sistematis guna memperkuat daya saing daerah sebagai destinasi wisata Islami.

### 3. Bagi Masyarakat Sekitar

Masyarakat di sekitar destinasi diharapkan mempertahankan dan meningkatkan nilai-nilai sosial budaya lokal seperti keramahan, toleransi dan gotong royong. Budaya lokal yang positif dan selaras dengan nilai-nilai Islam dapat memberikan kesan yang mendalam dan meningkatkan pengalaman wisatawan, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui peluang usaha dan lapangan kerja baru.

### 4. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk studi lanjutan. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel seperti loyalitas wisatawan, kepercayaan, atau pengalaman wisatawan agar memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai *Islamic Tourist Satisfaction*. Penggunaan metode penelitian kualitatif atau pendekatan *mixed methods* juga dapat memberikan kedalaman analisis yang lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ibnu Katsir, I. I. (2000). *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim* (Vol. 6). Beirut: Dar al-Fikr.
- Ajzen, I. (1991). *he Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Al-Maraghi, A. M. (2001). *Tafsir al-Maraghi* (Vol. 2). Kairo: Dar al-Kitab al-'Arabi.
- As-Sa'di, A. N. (2000). *Taisir al-Karim ar-Rahman fi Tafsir Kalam al-Mannan*. Riyadh: Maktabah Ar-Rusyd
- Basra, A. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Terhadap Keouasan Wistawan (Studi Pada Kota Banda Aceh). *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 13 (2), 218–234.
- Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2011). Toward a Halal Toursm Market. *International Journal of Tourism Research*, 13 (6), 527–540. doi: 10.1002/jtr.824.
- Bobobox. (2023). Lokawisata Baturraden: Tiket, Jenis Wisata, dan Beragam Aktivitas Serunya. *Explore Purwokerto*.  
[https://bobobox.com/blog/lokawisata-baturraden/?utm\\_source=chatgpt.com](https://bobobox.com/blog/lokawisata-baturraden/?utm_source=chatgpt.com)
- BPS. (2024a). *Jumlah Pengunjung Obyek Wisata yang Dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas 2023*. <https://banyumaskab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NjY5IzE=/jumlah-pengunjung-obyek-wisata-yang-dikelola-oleh-pemerintah-kabupaten-banyumas-2023.html>
- BPS. (2024b). *Kunjungan wisatawan mancanegara pada Desember 2023 mencapai 1,14 juta kunjungan, naik 20,17 persen (year-on-year)*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/01/2347/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-desember-2023-mencapai-1-14-juta-kunjungan--naik-20-17-persen--year-on-year--.html>
- Dr. Amruddin, S.Pt., M. Pd., M. S. (2020). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif*. (M. K. Ns. Arif Munandar, S. Kep. (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Farahdel, F. (2011). *Islamic Attibutes and impact on MuslimTourist' Satisfaction: A Study Of Iran*. University of Malaya.
- Fernando, H. (2016). Sosial budaya dalam pariwisata . Tahun 2016. *E-Journal Acta Diurna*, 5(2).

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Deangan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumgum Gumelar. (2016). Nilai Lingkungan Dan Sikap Ramah Lingkungan. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 39–46.
- Haryanto, J. T. (2013). Implementasi Nilai-Nilai Budaya, Sosial, Dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata Di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3957>
- Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). The antecedents of tourist attitudes to revisit and revisit intentions for coastal tourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(2), 218–234. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-11-2018-0151>
- Ihsan, N. A., Sofyan, A. S., & Katman, M. N. (2024). *Pengaruh Islamic Attributes , Destination Image , Dan Accessibility Terhadap Kepuasan Wisatawan Lego-Lego Centre Point Indonesia Makassar*. 4(September), 55–65.
- Irda, I., Yuliviona, R., & Azliyanti, E. (2019). Pengaruh Islamic Attributes dan Quality Service Terhadap Islamic Tourist Satisfaction Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5517>
- Kemenparekraf. (2023). *Siaran Pers : Jumpa Pers Akhir Tahun, Kemenparekraf Paparkan Capaian Kinerja di Sepanjang 2023*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-jumpa-pers-akhir-tahun-kemenparekraf-paparkan-capaian-kinerja-di-sepanjang-2023>
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (tiga belas). Erlangga.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. (2001). Tafsir al-Muyassar. Riyadh: Mujamma' Malik Fahd li Thiba'ah al-Mushaf asy-Syarif.
- Manoppo, S., & Santosa, S. B. (2023). Pengaruh Destination Image, Destination Service Quality, Percieved Value Terhadap Revisit Intention Dengan Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wisata Taman Nasional Bunaken). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Muchtar, A. H. D. (2020). Manajemen Lokawisata Baturraden Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Deskriptif Analitis wisata Berdasarkan Prinsip Syariah). In *Skripsi*. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8287/>
- Muna, N. El, & Karlina, W. (2020). Pengaruh Islamic Attribute Terhadap

Kepuasan, Kepercayaan dan loyalitas Pengunjung Wisata Religi Di Makan Mbah Sayyid Sulaiman. *Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 14–25.

Mutaqin, E. Z. (2022). Halal Tourism Sharia Economic Perspective: A Study Of Takhraj Hadist. *Islamic Studies Journal*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.24090/isj.v2i2.7793>

Novia, A., Septianda, A., Septiana, S., Fauziah, F. A., Fauziah, J., Firnando, R., Hakim, A., Malkhan, G. I., & Fauzi, R. (2022a). Pengaruh Muslim Friendly Destination, Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kota Bukittinggi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(1), 111. <https://doi.org/10.15548/jebi.v7i1.551>

Ramadhan, S., Wisanggara, R., Rama, A. S., & Putri, T. A. (2024). Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampak Moderasi Religiusitas Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 511. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12261>

Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. (2015). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(February), 252–259. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1198>

RescentsRating. (2023). *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2023*.

Sarpini, S., & Aziz, J. A. (2023). Challenges and Opportunities for Halal Tourism in Banyumas. *Ijtimā Iyya Journal of Muslim Society Research*, 8(2), 177–194. <https://doi.org/10.24090/ijtimaiyya.v8i2.9121>

Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alviana, S., & Aprilia. (2021). *Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna*. 15(2), 134–148.

Sinatria, N. (2023). *Pengaruh Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Untuk Mengunjungi Kembali Pantai Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.

Sochimin. (2022). Halal Tourism: The Existence of One Village One Product-Based Cultural Tourism Development in Banyumas Regency. *Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 37–50. <https://doi.org/10.24090/wealth.v1i1.7002>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi.
- Syufa'at, S., & Zayyadi, A. (2023). Halal Tourism: The Development of Sharia Tourism in Baturraden Banyumas, Indonesia. *International Journal of Social Science and Religion (IJSSR)*, 381–396. <https://doi.org/10.53639/ijssr.v4i3.194>
- Tamaulina Br. Sembiring, I., Sabir, M., & Indra Tjahyadi. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN (TEORI DAN PRAKTIK)* (M. S. : Dr. Bambang Ismaya, S.Ag., M.Pd. (ed.); Pertama, Issue 1). CV Saba Jaya Publisher.
- Wulandani, N. L. K. L. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Nilai Wisatawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Milenial Mancanegara di Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.28911>
- Yayuk, D., & Hartono, S. (2021). Dampak Budaya Lokal Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*.
- Yuksel, A. (2010). Destination attachment: Effect on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31, 274–284.
- Zamanai-Farahni, H., & Henderson, J. . (2010). Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases Of Iran and Saudi Arabia. *Internasional Journal of Tourism Research*, 12 (1), 79–89.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI PENGARUH ISLAMIC ATTRIBUTES, CITRA DESTINASI DAN NILAI LINGKUNGAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP ISLAMIC TOURIST SATISFACTION YANG BERKUNJUNG DI LOKAWISATA BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS

Kepada Yth.  
Responden Di  
Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul Pengaruh Islamic Attributes, Citra Destinasi dan Nilai Sosial Budaya Terhadap Islamic Tourist Satisfaction yang berkunjung di Lokawisata Baturraden, Saya:

Nama : Laela Sabilla Arrohamh  
NIM : 214110201151  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Memohon kesediaan Pengunjung Lokawisata Baturraden untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Penelitian ini tidak menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden, semua informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya



Laela Sabilla Arrohamh

## KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

### A. Data Responden

1. Nama :.....(boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Umur:
  - 18-25 tahun  46-55
  - 26-35 tahun  > 56 tahun
  - 36-45 tahun
4. Pekerjaan:
  - Pelajar/Mahasiswa  PNS/Guru/Polri
  - Pegawai swasta  Wirausaha
  - Lain-lain:.....
5. Frekuensi Kunjungan ke Lokawisata Baturraden:
  - Pertama Kali
  - 2-3 kali
  - >3 kali

### B. Tabel Kuisisioner

Mohon beri penilaian anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut ini sesuai dengan pengalaman anda menggun skala 1-5, dimana:

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

**Islamic Attributes**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	SS	ST
1.	Terdapat tempat ibadah yang memadai di Lokawisata Baturraden.					
2.	Fasilitas untuk ibadah seperti tempat wudhu dan mukena tersedia dengan lengkap di Lokawisata Baturraden,					
3.	Tersedia makanan dan minuman yang terjamin ke kehalalannya di Lokawisata Baturraden.					
4.	Petunjuk arah sholat atau kiblat mudah ditemukan di area publik Lokawisata Baturraden					

**Citra Destinasi**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	SS	ST
1.	Anda mengetahui informasi mengenai Lokawisata Baturraden ini, seperti atraksi, fasilitas dan budaya yang ada di sana.					
2.	Lokawisata Baturraden ini memiliki keunikan tersendiri yang tidak ditemukan di tempat wisata lain.					
3.	Saya merasakan suasana yang menyenangkan dan nyaman ketika mengunjungi Lokawisata Baturraden.					

### Nilai Lingkungan Sosial Budaya

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	SS	ST
1.	Saya merasa aman saat berkunjung ke Lokawisata Baturraden.					
2.	Lingkungan di Lokawisata Baturraden tertata dengan baik dan mencerminkan ketertiban.					
3.	Kebersihan area wisata di Lokawisata Baturraden sangat terjaga.					
4.	Saya merasa nyaman dengan kesejukan udara dan suasana alami di Lokawisata Baturraden					
5.	Pemandangan dan estetika lingkungan di Lokawisata Baturraden sangat indah dan menarik.					
6.	Petugas di Lokawisata Baturraden sangat ramah dan menyambut pengunjung dengan baik.					
7.	Saya melihat adanya budaya gotong royong dalam pengelolaan dan kebersihan Lokawisata Baturraden.					
8.	Antar pengunjung dari berbagai agama saling toleransi.					
9.	Suasana di Lokawisata Baturraden mencerminkan kebersamaan antara pengunjung dan masyarakat sekitar.					

*Islamic Tourist Satisfaction*

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	SS	ST
1.	Saya merasa senang dengan keputusan saya mengunjungi Lokawisata Baturraden sebagai destinasi wisata yang ramah muslim.					
2.	Saya yakin bahwa memilih Lokawisata Baturraden sebagai tujuan wisata halal adalah keputusan yang tepat.					
3.	Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman berwisata di Lokawisata Baturraden yang menyediakan fasilitas dan pelayanan sesuai kebutuhan wisata muslim.					

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner Variabel *Islamic Attributes*

Res	X1				TOTAL X1
	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	
1	5	4	4	4	17
2	4	4	4	4	16
3	4	4	5	4	17
4	4	4	5	4	17
5	4	4	4	4	16
6	5	4	4	4	17
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	17
9	4	5	5	4	18
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	3	4	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	4	3	4	3	14
19	4	4	5	4	17
20	4	4	5	5	18
21	3	3	4	3	13
22	4	4	5	4	17
23	5	5	4	4	18
24	4	4	4	4	16
25	4	5	5	4	18
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	3	4	3	14
29	4	4	3	3	14
30	4	4	3	3	14
31	4	4	3	3	14
32	4	4	5	4	17
33	2	2	3	2	9
34	4	4	5	4	17
35	3	3	3	4	16
36	4	3	3	4	14
37	3	2	3	2	10
38	3	3	3	2	11
39	3	4	3	4	14
40	3	3	2	2	10
41	5	5	5	4	19
42	3	3	4	3	13
43	5	4	5	4	18
44	4	4	5	5	18
45	4	4	4	4	16
46	4	4	5	4	13
47	3	3	3	3	12
48	4	4	4	4	16
49	4	4	5	5	18
50	5	5	5	5	20
51	4	4	5	3	16
52	4	3	4	4	15
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	5	4	17
57	4	4	2	2	12
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	5	18
60	4	4	5	5	18
61	4	4	4	5	17
62	4	4	3	3	14
63	4	4	4	4	16
64	4	3	3	3	13
65	5	5	5	5	20
66	5	4	3	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	5	5	5	4	19
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	3	4	5	4	16
73	4	4	4	4	16
74	4	4	5	4	17

75	5	5	4	4	18
76	4	4	5	4	17
77	5	4	4	5	18
78	4	4	5	4	17
79	4	4	5	5	18
80	2	2	3	2	9
81	4	4	4	4	16
82	4	5	4	5	18
83	5	5	5	4	19
84	4	3	4	3	14
85	4	4	5	5	18
86	3	4	4	4	15
87	3	3	4	3	13
88	4	4	5	5	18
89	5	4	5	5	19
90	4	4	5	5	18
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	5	17
93	4	5	5	5	19
94	4	4	4	4	16
95	5	4	4	4	17
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	3	15
98	3	3	3	3	12
99	4	4	5	5	18
100	4	4	4	4	16
101	5	4	5	5	19
102	5	5	5	5	20
103	3	2	3	2	10
104	3	2	3	3	11
105	3	3	3	3	12
106	3	3	3	3	12
107	3	3	3	3	12
108	3	4	3	4	14
109	3	3	4	3	13
110	3	3	3	3	12
111	3	4	3	3	13
112	3	3	3	4	13
113	3	3	4	3	13
114	3	3	3	3	12
115	3	3	4	3	13
116	3	3	4	4	14
117	3	3	4	3	13
118	3	3	3	4	13
119	3	4	4	3	14
120	3	4	3	4	14
121	3	3	4	4	14
122	3	3	4	3	13
123	3	4	4	3	14
124	5	5	5	4	19
125	4	4	4	4	16
126	3	3	4	4	14
127	4	4	5	4	17
128	4	4	3	3	14
129	4	4	3	3	14
130	5	4	4	4	17
131	4	3	3	4	14
132	4	5	4	4	17
133	4	4	5	4	17
134	4	4	3	3	14
135	4	4	4	3	15
136	4	4	3	3	14
137	4	3	3	4	14
138	4	4	4	3	15
139	5	5	4	4	18
140	4	3	3	3	13
141	4	4	4	4	16
142	3	3	3	3	12
143	3	4	4	4	15
144	5	5	4	4	18
145	3	3	4	4	14
146	3	3	4	4	14
147	4	4	4	3	15
148	4	5	4	4	17
149	4	5	4	4	17
150	4	5	4	4	17
151	4	5	4	3	16
152	4	4	3	3	14
153	4	4	4	4	16
154	4	5	4	4	17

155	4	5	4	4	17
156	4	3	4	4	15
157	4	4	4	4	16
158	3	4	3	4	14
159	4	4	3	3	14
160	4	4	4	3	15
161	4	4	3	3	14
162	5	5	4	4	18
163	4	5	4	4	17
164	4	4	3	4	15
165	4	4	3	3	14
166	4	4	5	5	18
167	4	4	3	3	14
168	5	4	5	4	18
169	4	4	4	5	17
170	4	3	3	4	14
171	4	4	3	5	16
172	4	5	4	5	18
173	4	5	5	4	18
174	4	4	5	4	17
175	4	4	5	5	18
176	4	4	3	3	14
177	4	3	3	4	14
178	3	3	3	3	12
179	4	4	3	3	14
180	4	3	3	4	14
181	5	5	4	4	18
182	4	4	3	3	14
183	3	3	3	3	12
184	5	4	4	4	17
185	3	3	3	3	12
186	3	4	4	4	15
187	5	5	4	4	18
188	4	4	3	3	14
189	4	5	5	5	19
190	4	4	5	5	18
191	4	3	4	4	15
192	4	3	5	4	16
193	4	5	4	4	17
194	3	2	2	3	10

195	3	3	2	3	11
196	3	3	4	3	13
197	5	4	5	4	18
198	3	3	3	2	11
199	3	3	3	2	11
200	4	4	3	4	15
201	4	3	4	4	15
202	3	3	4	4	14
203	3	3	2	3	11
204	3	3	3	3	12
205	3	2	3	2	10
206	3	3	4	4	14
207	3	3	2	3	11
208	3	2	2	3	10
209	4	4	3	3	14
210	4	4	3	3	14
211	4	4	5	4	17
212	3	3	2	3	11
213	3	3	4	4	14
214	4	4	5	4	17
215	3	3	3	2	11
216	4	4	3	3	14
217	3	4	4	4	15
218	3	3	4	4	14
219	3	3	3	3	12
220	3	3	2	2	10
221	5	5	5	4	19
222	3	3	2	2	10
223	5	5	4	4	18
224	4	3	3	3	13
225	4	3	3	3	13
226	5	4	4	4	17
227	4	3	3	3	13
228	3	3	4	3	13
229	3	3	4	4	14
230	3	3	3	3	12
231	5	4	4	4	17
232	4	4	4	3	15
233	5	5	4	4	18
234	4	4	4	3	15

235	3	3	3	3	12
236	4	4	3	4	15
237	5	4	5	4	18
238	5	4	5	4	18
239	4	3	3	3	13
240	4	4	4	3	15
241	4	4	5	4	17
242	3	3	3	2	11
243	3	3	3	3	12
244	4	4	4	4	16
245	5	4	4	4	17
246	4	4	3	3	14
247	3	3	3	2	11
248	5	4	4	4	17
249	4	4	4	4	16
250	3	4	3	4	14
251	4	4	4	4	16
252	4	3	3	3	13
253	5	4	5	4	18
254	4	4	4	4	16
255	5	4	5	4	18
256	4	3	4	3	14
257	4	5	4	4	17
258	3	3	4	4	14
259	4	4	5	4	17
260	5	4	4	4	17
261	3	4	3	4	14
262	5	4	4	4	17
263	3	3	3	2	11
264	4	4	3	3	14
265	4	4	4	4	16
266	4	4	4	4	16
267	5	4	4	4	17
268	3	3	3	4	13
269	3	4	3	3	13
270	5	4	4	4	17
271	5	4	5	4	18
272	4	3	3	3	13
273	3	3	3	2	11
274	4	3	3	3	13

275	5	4	4	4	17
276	3	3	3	4	13
277	5	5	5	4	19
278	3	3	3	4	13
279	4	4	4	4	16
280	5	4	4	4	17
281	3	3	3	2	11
282	4	4	3	3	14
283	4	4	3	3	14
284	4	4	3	3	14
285	4	4	5	4	17
286	3	2	2	2	9
287	3	3	3	2	11
288	4	4	4	4	16
289	5	4	5	4	18
290	5	5	5	4	19
291	4	4	4	3	15
292	4	4	3	3	14
293	5	5	5	4	19
294	3	3	3	3	12
295	4	4	4	4	16
296	3	2	2	2	9
297	3	3	3	2	11
298	3	3	3	3	12
299	4	4	4	4	16
300	5	4	5	4	18
301	5	5	5	4	19
302	4	4	4	3	15
303	3	3	3	2	11
304	3	3	3	3	12
305	3	3	4	3	13
306	4	4	4	4	16
307	3	3	3	3	12
308	5	4	4	4	17
309	5	5	5	4	19
310	5	4	4	4	17
311	3	3	3	2	11
312	4	4	4	4	16
313	4	3	4	3	14
314	5	4	4	4	17

315	4	4	3	3	14
316	4	4	4	3	15
317	3	2	3	2	10
318	3	2	3	2	10
319	5	4	4	4	17
320	5	4	4	4	17
321	4	3	3	3	13
322	4	3	4	3	14
323	5	4	4	4	17
324	4	4	4	4	16
325	4	4	4	3	15
326	5	4	5	4	18
327	3	3	3	2	11
328	4	3	4	4	15
329	4	3	4	3	14
330	5	5	4	4	18
331	5	5	5	4	19
332	5	4	5	4	18
333	3	3	3	3	12
334	5	4	4	4	17
335	4	4	4	4	16
336	4	4	3	3	14
337	3	2	3	2	10
338	4	4	3	3	14
339	4	3	3	3	13
340	3	3	3	3	12
341	3	3	4	3	13
342	4	4	3	4	15
343	3	4	3	3	13
344	5	4	4	4	17
345	4	4	4	3	15
346	3	2	2	2	9
347	3	4	4	4	15
348	3	2	2	2	9
349	3	2	3	3	11
350	4	4	3	4	15
351	5	4	4	4	17
352	3	3	3	3	12
353	3	3	3	3	12
354	4	3	3	3	13

355	4	4	4	4	16
356	4	4	4	4	16
357	3	4	3	3	13
358	5	4	5	4	18
359	4	3	3	3	13
360	3	2	2	3	10
361	5	4	4	4	17
362	5	4	5	4	18
363	3	3	3	3	12
364	4	4	4	4	16
365	3	4	3	3	13
366	4	3	3	3	13
367	4	3	3	3	13
368	5	4	4	4	17
369	5	4	4	4	17
370	4	3	3	3	13
371	5	5	5	4	19
372	4	4	4	4	16
373	4	4	4	3	15
374	3	2	2	3	10
375	4	4	4	3	15
376	4	4	4	4	16
377	3	3	3	3	12
378	4	4	4	4	16
379	3	4	3	3	13
380	5	4	4	4	17
381	5	4	4	4	17
382	4	4	4	3	15
383	5	4	4	4	17
384	5	4	5	4	18
385	5	4	4	4	17
386	5	5	5	4	19
387	5	5	5	4	19
388	4	4	4	3	15
389	4	3	3	3	13
390	4	4	3	4	15
391	5	4	5	4	18
392	3	2	3	2	10
393	3	2	2	2	9
394	4	4	3	4	15

395	5	4	4	4	17
396	4	3	3	3	13
397	5	4	5	4	18
398	5	5	5	4	19
399	5	4	4	4	17
400	4	3	3	3	13



### Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner Variabel Citra Destinasi

Res	X2			TOTAL X2
	X2 1	X2 2	X2 3	
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	3	3	4	10
4	4	5	5	14
5	3	4	4	11
6	4	5	5	14
7	4	4	4	12
8	5	4	5	14
9	5	5	4	14
10	4	4	4	12
11	4	5	5	14
12	3	3	4	10
13	4	5	5	14
14	4	4	4	12
15	4	5	5	14
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	4	4	5	13
19	4	5	4	13
20	4	4	5	13
21	3	4	3	10
22	3	4	5	12
23	4	4	5	13
24	3	4	3	10
25	4	3	4	11
26	5	5	5	15
27	5	4	4	13
28	3	3	3	9
29	3	3	3	9
30	3	4	4	11
31	3	4	4	11
32	4	3	4	11
33	2	3	3	8
34	4	4	4	12
35	3	3	4	10
36	4	4	4	12
37	4	3	3	10
38	4	5	5	14
39	4	4	5	13
40	3	2	2	7
41	3	4	4	11
42	4	5	5	14
43	3	3	4	10
44	4	4	5	13
45	3	4	4	11
46	3	4	5	12
47	3	3	3	9
48	4	5	5	14
49	3	4	4	11
50	5	5	5	15
51	3	3	4	10
52	3	3	4	10
53	3	4	4	11
54	5	5	5	15
55	4	4	4	12
56	4	5	4	13
57	2	3	3	8
58	4	4	4	12
59	3	3	4	10
60	4	5	5	14
61	4	5	5	14
62	4	3	4	11
63	3	4	4	11
64	3	4	4	11
65	5	5	5	15
66	3	4	4	11
67	4	4	5	13
68	4	3	4	11
69	4	5	5	14
70	4	3	4	11
71	3	4	4	11
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	4	4	5	13
75	4	4	4	12
76	4	3	4	11
77	5	4	4	13
78	4	5	4	13

79	2	3	3	8
80	3	4	4	11
81	4	4	4	12
82	4	4	5	13
83	4	4	4	12
84	4	5	5	14
85	4	5	5	14
86	3	4	4	11
87	3	4	4	11
88	3	4	3	10
89	4	4	5	13
90	4	5	4	13
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	5	4	5	14
94	5	5	4	14
95	3	3	4	10
96	4	4	3	11
97	3	3	3	9
98	4	5	4	13
99	3	3	4	10
100	4	4	4	12
101	4	5	5	14
102	5	5	5	15
103	2	3	2	7
104	3	4	5	12
105	3	3	2	8
106	3	4	3	10
107	3	3	3	9
108	3	4	3	10
109	3	4	3	10
110	3	4	3	10
111	3	4	4	11
112	4	4	3	11
113	4	4	3	11
114	3	3	3	9
115	4	4	3	11
116	4	3	3	10
117	3	3	3	9
118	3	3	3	9



119	3	4	4	11
120	3	3	3	9
121	3	4	4	11
122	3	3	4	10
123	3	4	4	11
124	4	5	5	14
125	4	4	4	12
126	3	3	4	10
127	5	4	4	13
128	4	4	3	11
129	4	4	3	11
130	5	5	4	14
131	4	3	4	11
132	5	5	4	14
133	3	4	4	11
134	5	5	4	14
135	5	5	4	14
136	5	5	4	14
137	5	4	5	14
138	5	4	4	13
139	4	4	4	12
140	5	5	4	14
141	4	4	4	12
142	4	4	3	11
143	3	2	3	8
144	5	5	4	14
145	4	4	5	13
146	3	4	4	11
147	3	3	4	10
148	4	4	5	13
149	4	3	4	11
150	4	4	5	13
151	4	4	5	13
152	4	4	5	13
153	4	3	4	11
154	4	4	5	13
155	4	4	4	12
156	4	4	5	13
157	3	3	4	10
158	4	5	4	13

159	4	3	4	11
160	4	3	4	11
161	4	4	5	13
162	3	4	4	11
163	5	4	5	14
164	4	5	4	13
165	5	4	4	13
166	5	4	4	13
167	4	5	4	13
168	4	5	4	13
169	3	4	4	11
170	3	4	4	11
171	3	4	5	12
172	2	2	3	7
173	4	4	4	12
174	4	5	4	13
175	4	3	3	10
176	3	2	2	7
177	3	3	3	9
178	4	4	4	12
179	3	2	2	7
180	3	3	4	10
181	4	3	4	11
182	5	4	5	14
183	3	2	2	7
184	3	3	4	10
185	4	4	4	12
186	5	4	5	14
187	3	2	3	8
188	4	5	4	13
189	3	3	4	10
190	3	4	4	11
191	4	4	3	11
192	5	5	4	14
193	4	4	5	13
194	3	2	3	8
195	3	3	3	9
196	4	4	3	11
197	2	2	3	7
198	3	3	4	10



199	4	5	5	14
200	5	4	4	13
201	2	3	3	8
202	3	3	4	10
203	3	3	3	9
204	5	5	5	15
205	3	3	3	9
206	3	3	4	10
207	3	2	2	7
208	3	4	3	10
209	4	5	4	13
210	4	4	5	13
211	3	2	2	7
212	4	4	4	12
213	3	3	4	10
214	5	5	4	14
215	2	3	3	8
216	3	3	2	8
217	4	5	5	14
218	5	4	4	13
219	3	3	2	8
220	2	3	3	8
221	5	4	4	13
222	5	4	4	13
223	5	4	4	13
224	5	5	4	14
225	4	4	3	11
226	4	4	3	11
227	3	3	4	10
228	4	4	3	11
229	3	4	3	10
230	4	4	3	11
231	4	3	3	10
232	5	4	4	13
233	4	4	3	11
234	3	3	2	8
235	4	4	4	12
236	5	4	5	14
237	4	5	5	14
238	4	3	3	10

239	4	4	5	13
240	4	4	4	12
241	4	5	5	14
242	3	3	2	8
243	3	3	3	9
244	2	3	2	7
245	4	5	4	13
246	3	3	4	10
247	4	4	3	11
248	4	4	5	13
249	4	4	4	12
250	4	5	5	14
251	3	3	3	9
252	4	4	4	12
253	3	3	3	9
254	3	4	4	11
255	5	5	5	15
256	4	4	4	12
257	2	3	3	8
258	3	3	2	8
259	4	3	3	10
260	4	4	5	13
261	5	4	4	13
262	4	4	4	12
263	3	3	3	9
264	4	4	5	13
265	5	4	5	14
266	3	3	4	10
267	2	2	3	7
268	4	4	3	11
269	4	4	4	12
270	2	3	3	8
271	3	3	3	9
272	4	4	4	12
273	5	5	4	14
274	4	5	5	14
275	4	5	4	13
276	3	3	4	10
277	3	4	3	10
278	3	3	4	10



279	4	4	4	12
280	5	4	5	14
281	3	3	2	8
282	5	4	4	13
283	4	3	3	10
284	5	4	5	14
285	3	4	4	11
286	3	2	3	8
287	4	3	4	11
288	4	4	5	13
289	4	3	3	10
290	4	4	4	12
291	3	4	3	10
292	5	4	5	14
293	2	3	3	8
294	3	3	4	10
295	5	4	5	14
296	5	4	4	13
297	3	2	3	8
298	2	3	3	8
299	4	4	4	12
300	4	4	3	11
301	4	4	4	12
302	4	3	3	10
303	5	5	3	13
304	3	3	3	9
305	4	4	4	12
306	2	3	3	8
307	3	3	2	8
308	3	3	2	8
309	4	5	4	13
310	4	4	3	11
311	5	4	5	14
312	4	4	4	12
313	3	2	3	8
314	4	4	4	12
315	3	3	4	10
316	4	4	3	11
317	4	4	5	13
318	5	4	5	14

319	4	4	3	11
320	3	3	3	9
321	4	4	3	11
322	4	4	5	13
323	3	2	3	8
324	4	4	4	12
325	5	5	4	14
326	4	4	4	12
327	5	4	4	13
328	4	4	3	11
329	3	4	3	10
330	4	3	4	11
331	3	2	3	8
332	3	4	4	11
333	3	3	3	9
334	4	4	5	13
335	4	4	5	13
336	3	2	2	7
337	4	3	4	11
338	3	4	4	11
339	3	3	3	9
340	3	2	3	8
341	5	4	5	14
342	4	4	4	12
343	3	4	4	11
344	4	4	4	12
345	4	4	5	13
346	3	3	3	9
347	5	5	4	14
348	2	2	3	7
349	3	4	3	10
350	4	4	3	11
351	4	4	4	12
352	5	4	5	14
353	3	4	3	10
354	3	3	3	9
355	4	4	5	13
356	4	4	5	13
357	4	4	4	12
358	3	2	2	7



359	3	2	3	8
360	4	4	4	12
361	4	3	3	10
362	5	4	5	14
363	4	4	3	11
364	4	4	3	11
365	3	4	4	11
366	5	4	5	14
367	4	3	3	10
368	2	2	3	7
369	3	4	4	11
370	4	4	5	13
371	4	4	3	11
372	3	3	3	9
373	5	4	4	13
374	4	5	5	14
375	4	4	4	12
376	4	4	4	12
377	4	5	5	14
378	4	4	3	11
379	4	4	3	11
380	3	2	3	8
381	3	3	4	10
382	4	4	3	11
383	5	5	4	14
384	4	4	4	12
385	4	3	3	10
386	3	2	2	7
387	4	4	5	13
388	4	4	3	11
389	3	4	3	10
390	4	4	3	11
391	5	4	4	13
392	3	3	2	8
393	4	4	4	12
394	5	4	5	14
395	4	5	5	14
396	3	4	4	11
397	4	4	4	12
398	4	4	3	11

399	4	4	4	12
400	4	4	5	13



**Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner Variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya**

Res	X3									TOTAL X3
	X3 1	X3 2	X3 3	X3 4	X3 5	X3 6	X3 7	X3 8	X3 9	
1	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
6	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
7	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
8	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
9	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
11	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39
12	4	3	3	4	4	4	5	3	3	33
13	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
14	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
17	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
18	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
21	3	3	3	4	3	4	3	4	4	31
22	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
23	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
24	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
26	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
27	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
28	3	3	4	4	4	3	3	4	4	32
29	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
30	3	2	4	4	3	3	4	3	3	29
31	3	3	4	5	3	3	5	3	3	43
32	5	4	4	5	4	4	3	4	3	47
33	4	4	4	5	4	4	3	4	3	43
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	3	3	3	5	4	4	4	4	4	44

36	4	4	3	4	4	3	5	4	3	46
37	3	3	3	4	3	3	4	3	3	39
38	4	4	4	4	4	4	3	4	4	49
39	4	3	5	4	3	3	3	3	3	44
40	4	3	3	3	3	4	3	2	2	34
41	4	4	4	4	5	4	4	4	3	47
42	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51
43	4	4	4	5	5	4	4	4	4	48
44	4	5	5	3	3	4	3	4	5	49
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
46	5	4	4	5	5	5	4	5	4	53
47	3	3	4	2	4	4	3	4	3	39
48	4	4	4	5	5	4	5	4	4	53
49	4	4	4	5	5	4	5	4	4	50
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
51	4	4	3	5	4	5	5	4	5	49
52	3	4	3	4	4	3	4	4	4	43
53	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51
57	3	3	3	5	4	3	4	4	3	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	4	4	4	5	4	4	5	5	4	49
60	5	4	3	5	5	3	5	5	5	54
61	4	4	5	5	4	5	4	4	5	54
62	5	5	5	5	5	5	5	5	4	55
63	4	4	4	5	5	4	4	4	4	49
64	3	3	4	4	4	4	3	3	3	42
65	5	5	4	5	5	5	4	5	5	58
66	4	4	3	3	4	4	3	4	4	44
67	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
68	4	4	4	5	5	4	4	4	4	49
69	4	4	4	5	5	4	4	5	4	53
70	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45
71	4	4	4	5	4	4	4	4	4	48
72	4	4	4	4	5	5	4	5	5	52
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	4	4	4	5	5	4	5	4	4	52
75	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52

76	4	3	4	5	5	4	3	4	4	47
77	4	4	4	5	5	5	4	5	5	54
78	3	3	3	5	4	3	3	4	4	45
79	4	4	3	5	5	5	4	5	5	48
80	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
83	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
84	5	4	4	5	4	4	5	5	4	54
85	4	4	3	5	5	5	4	4	4	52
86	3	4	4	4	4	4	4	3	4	45
87	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
88	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
89	3	4	3	3	4	4	4	4	4	46
90	4	3	3	4	4	4	3	4	4	46
91	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
92	3	3	3	3	3	3	4	4	4	42
93	3	4	4	4	4	4	3	4	4	48
94	5	4	4	4	5	5	4	4	4	53
95	4	4	4	4	4	4	3	4	3	44
96	3	4	4	3	3	4	3	3	4	42
97	4	4	4	5	5	5	4	4	5	49
98	3	4	4	4	3	3	3	4	3	44
99	4	4	4	5	5	4	4	5	4	49
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
101	5	4	5	5	5	5	4	5	5	57
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
103	3	4	3	3	4	4	4	4	4	40
104	3	4	2	3	3	3	3	3	3	39
105	3	3	3	4	4	3	3	3	4	38
106	3	3	3	3	4	3	3	3	3	38
107	3	4	3	3	3	4	3	4	4	40
108	3	3	3	4	4	4	3	3	3	40
109	3	3	4	3	3	3	4	3	4	40
110	3	4	3	4	3	3	3	3	4	40
111	3	4	4	3	3	4	4	3	4	43
112	3	3	4	4	4	3	3	4	4	43
113	4	4	5	4	4	4	4	4	4	48
114	3	3	4	3	3	3	3	4	3	38
115	3	3	4	3	4	4	3	3	3	41

116	3	3	3	3	4	4	4	3	3	40
117	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44
118	4	4	4	4	4	4	4	5	4	46
119	3	3	4	4	3	3	3	3	3	40
120	3	3	3	4	3	3	3	3	4	38
121	3	4	3	4	4	4	4	4	3	44
122	4	3	3	4	3	3	4	4	3	41
123	4	4	3	4	4	3	3	4	4	44
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
126	4	4	4	4	4	3	4	3	3	43
127	4	3	4	4	4	4	4	3	4	47
128	3	3	4	4	4	4	4	4	5	46
129	4	3	4	4	5	5	4	4	4	48
130	3	3	4	4	4	4	3	4	4	47
131	4	4	4	3	4	4	3	3	3	43
132	3	4	4	3	3	3	3	3	3	43
133	5	4	4	5	5	5	4	4	4	51
134	3	3	4	4	4	4	3	4	4	47
135	3	3	4	4	5	5	4	4	4	50
136	4	4	4	4	3	3	4	4	4	48
137	3	3	4	4	3	4	4	3	4	46
138	5	4	4	4	3	4	3	3	4	47
139	5	5	4	3	3	4	4	4	4	48
140	4	4	4	4	5	5	4	4	3	51
141	4	4	4	4	4	3	4	3	4	46
142	5	4	4	4	4	3	4	3	3	45
143	2	3	3	3	3	2	3	3	3	33
144	4	4	4	4	3	3	4	4	3	47
145	4	3	4	4	4	4	3	4	4	47
146	1	2	3	3	3	3	3	4	3	36
147	5	4	4	5	4	4	4	4	4	48
148	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
149	5	4	4	5	4	4	5	4	4	50
150	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
151	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
152	5	4	4	4	4	3	4	4	4	49
153	5	4	4	5	3	4	3	3	4	46
154	5	5	5	4	4	4	3	4	4	51
155	5	4	5	5	4	4	4	4	4	51

156	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
157	5	5	5	5	4	4	5	4	4	51
158	4	3	4	4	3	3	4	3	3	44
159	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45
160	5	5	5	4	4	5	4	4	4	51
161	4	5	4	5	4	4	5	4	5	53
162	4	5	5	4	4	5	4	5	4	51
163	5	4	4	5	4	4	5	4	4	53
164	5	5	4	4	4	4	4	4	4	51
165	3	3	4	4	4	4	3	4	4	46
166	3	4	3	4	3	4	3	4	4	45
167	4	4	4	3	3	3	3	4	3	44
168	4	5	4	4	4	4	4	5	5	52
169	5	5	4	4	5	5	4	4	4	51
170	4	5	4	4	4	4	5	4	4	49
171	3	3	4	3	4	4	4	4	4	45
172	3	4	3	3	4	4	3	3	3	37
173	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
174	3	4	4	4	3	3	3	3	4	44
175	4	3	3	3	3	4	4	3	4	41
176	3	3	3	3	3	3	4	4	3	36
177	4	5	4	4	4	4	5	4	5	48
178	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
179	4	3	4	3	4	4	4	4	3	40
180	4	4	4	3	4	3	3	3	4	42
181	4	5	5	4	4	4	4	4	4	49
182	4	4	4	4	4	4	4	5	4	51
183	4	3	3	3	4	4	3	4	3	38
184	4	4	4	4	4	4	4	4	5	47
185	5	5	4	4	4	4	5	4	4	51
186	4	4	4	3	4	4	3	3	4	47
187	5	5	4	4	4	4	5	4	4	47
188	4	4	5	5	4	4	4	4	5	52
189	4	4	5	5	4	4	4	4	5	49
190	4	4	5	5	4	4	5	4	4	50
191	4	3	4	4	4	3	4	3	4	44
192	4	5	5	5	5	5	4	4	5	56
193	3	4	3	4	4	4	4	3	3	45
194	3	3	3	3	2	3	3	3	3	34
195	3	3	3	2	2	2	2	3	3	32

196	3	3	2	2	2	3	3	3	3	35
197	3	3	3	3	3	3	2	3	3	33
198	4	4	3	4	4	3	4	4	4	44
199	4	4	4	4	4	4	4	5	4	51
200	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
201	3	3	2	2	2	3	3	3	3	32
202	4	4	4	3	4	3	4	4	4	44
203	3	4	4	3	4	4	3	3	3	40
204	3	3	3	3	3	3	3	4	4	44
205	3	2	2	2	3	3	3	3	3	33
206	4	4	3	3	4	4	4	3	4	43
207	4	4	4	4	5	5	5	4	4	46
208	3	3	4	3	3	3	3	3	4	39
209	3	3	2	3	2	2	3	3	3	37
210	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
211	5	4	4	4	4	4	4	4	4	44
212	4	3	4	3	4	4	3	3	4	44
213	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44
214	4	4	4	3	3	3	4	4	4	47
215	3	3	2	2	2	3	3	2	3	31
216	3	4	3	3	4	3	3	3	4	38
217	3	3	4	4	4	4	4	3	3	46
218	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47
219	5	5	4	4	4	4	4	4	4	46
220	3	3	3	3	2	2	2	2	3	31
221	2	2	3	3	3	3	3	3	3	38
222	4	4	3	3	3	4	3	3	4	44
223	5	5	4	3	4	4	4	3	3	48
224	4	3	3	3	3	4	3	2	3	42
225	4	4	4	4	4	4	4	3	4	46
226	3	3	4	3	4	4	4	3	4	43
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
228	4	4	3	3	4	3	4	4	4	44
229	4	3	3	3	4	3	3	3	3	39
230	4	4	3	4	4	4	4	3	4	45
231	5	4	4	4	3	4	4	3	3	44
232	5	4	4	4	4	4	4	5	4	51
233	3	3	2	2	3	3	3	3	2	35
234	3	3	3	3	3	2	3	3	2	33
235	4	3	3	3	4	3	3	4	3	42

236	4	4	3	3	3	3	4	4	4	46
237	4	3	3	3	4	3	4	3	4	45
238	3	3	2	2	3	3	3	3	2	34
239	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
240	4	4	4	4	3	3	3	3	4	44
241	4	3	3	3	4	4	3	3	4	45
242	3	3	2	3	3	2	2	3	2	31
243	4	4	3	4	4	4	4	4	4	44
244	3	3	3	3	3	2	3	3	3	33
245	4	3	3	3	4	4	4	3	3	44
246	4	4	4	3	4	3	4	4	3	43
247	5	4	4	4	4	4	4	5	4	49
248	4	3	3	3	4	4	3	3	3	43
249	4	4	4	3	4	3	4	4	4	46
250	4	4	3	3	4	3	4	3	4	46
251	4	3	4	3	4	4	3	4	3	41
252	3	4	3	3	4	3	3	4	3	42
253	4	4	3	3	4	3	4	4	3	41
254	4	5	4	4	5	4	4	5	4	50
255	4	4	3	3	4	3	4	4	3	47
256	4	4	3	3	4	3	4	4	3	44
257	4	4	3	3	4	3	4	4	3	40
258	3	4	3	3	4	3	4	4	3	39
259	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
260	3	3	2	2	3	3	3	3	2	37
261	4	3	3	3	3	3	3	3	3	41
262	3	4	3	4	3	4	3	3	4	43
263	4	4	4	3	4	3	4	4	3	42
264	4	4	3	3	4	3	4	4	4	46
265	4	3	4	3	4	3	4	3	3	45
266	5	3	3	3	4	3	4	4	3	42
267	3	4	3	3	4	3	3	4	3	37
268	4	4	3	4	4	3	3	3	4	43
269	4	3	4	4	4	3	3	4	3	44
270	4	4	3	3	3	4	3	3	3	38
271	4	3	4	3	4	3	4	3	3	40
272	4	4	3	3	4	4	3	4	3	44
273	4	3	3	4	3	3	4	4	3	45
274	4	3	3	3	3	3	4	4	4	45
275	4	4	4	3	4	3	4	4	4	47

276	4	4	3	3	4	3	4	3	4	42
277	4	3	4	3	4	3	3	4	4	42
278	4	4	3	3	4	3	3	3	4	41
279	4	3	4	3	4	3	4	4	3	44
280	4	4	3	3	4	3	4	3	4	46
281	3	3	4	3	4	3	4	3	3	38
282	4	4	3	3	4	3	4	4	4	46
283	4	3	3	3	4	4	4	4	4	43
284	4	4	3	3	4	3	3	3	3	44
285	3	3	2	2	3	2	3	3	2	34
286	3	3	2	2	3	2	3	3	2	31
287	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
288	4	4	4	3	3	4	3	3	4	45
289	3	3	2	2	3	2	3	3	2	33
290	4	4	3	4	4	4	3	3	4	45
291	3	3	2	2	3	2	3	3	2	33
292	4	4	4	3	4	3	3	3	3	45
293	4	3	3	4	3	3	4	3	3	38
294	4	4	4	4	3	4	3	4	4	44
295	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
296	3	3	3	3	3	4	3	3	4	42
297	4	3	3	3	4	3	3	3	4	38
298	4	4	3	3	4	3	3	3	4	39
299	4	3	4	3	4	4	4	3	3	44
300	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
301	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
302	4	4	4	3	3	3	3	3	4	41
303	5	5	4	4	4	5	4	5	4	53
304	4	4	4	4	3	3	3	3	4	41
305	3	3	3	3	4	4	4	4	4	44
306	4	4	4	4	4	3	3	3	4	41
307	4	3	3	3	4	4	4	4	3	40
308	4	3	4	3	3	4	3	3	4	39
309	3	4	3	3	4	3	3	4	3	43
310	4	3	3	3	3	3	3	3	4	40
311	4	4	4	4	3	3	3	3	4	46
312	4	3	3	4	3	4	3	3	4	43
313	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
314	4	4	3	3	4	3	4	4	3	44
315	3	3	3	2	2	3	3	3	3	35

316	4	4	3	3	4	4	3	3	4	43
317	4	3	3	3	3	3	4	3	4	43
318	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
319	4	3	3	3	4	4	4	4	4	44
320	4	4	4	3	3	3	3	3	3	39
321	4	3	3	3	3	4	4	4	4	43
322	3	3	2	2	3	2	3	3	2	36
323	4	4	4	4	3	3	3	4	4	41
324	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
325	3	3	3	4	4	3	3	3	3	43
326	4	4	4	3	3	3	3	3	4	43
327	4	3	3	4	3	4	3	4	3	44
328	3	3	2	3	3	2	3	3	2	35
329	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
330	3	4	4	4	3	3	3	3	3	41
331	4	3	3	3	3	3	4	4	3	38
332	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
333	3	3	2	2	3	3	3	2	2	32
334	3	3	3	3	3	3	3	3	4	41
335	4	3	3	3	3	3	3	3	3	41
336	3	3	4	4	3	3	4	3	4	38
337	3	2	2	3	3	2	3	3	3	35
338	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
339	5	5	4	4	4	4	5	5	5	50
340	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
341	4	4	4	4	3	3	3	3	3	45
342	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45
343	4	5	5	4	4	5	4	4	4	50
344	3	3	3	3	3	2	2	3	3	37
345	4	3	4	4	4	3	4	3	4	46
346	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
347	4	5	5	4	4	4	4	5	4	53
348	3	3	2	3	3	2	2	3	3	31
349	4	4	4	3	3	4	4	4	3	43
350	4	4	4	4	4	5	4	4	5	49
351	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51
352	4	3	3	4	4	3	3	3	3	44
353	5	5	5	4	4	4	5	4	4	50
354	3	2	3	3	2	2	3	3	3	33
355	4	4	3	3	4	4	4	3	4	46



396	3	3	3	3	3	2	3	3	2	36
397	5	5	4	4	4	5	5	5	4	53
398	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45
399	4	3	3	3	4	4	4	4	4	45
400	4	4	4	4	4	4	3	3	3	46



Lampiran 5. Tabulasi Data Kuisiner Variabel *Islamic Tourist Satisfaction*

Res	Y			TOTAL Y
	Y 1	Y 2	Y 3	
1	5	4	5	14
2	4	4	4	12
3	5	4	4	13
4	5	4	4	13
5	4	4	4	12
6	5	4	5	14
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	5	4	4	13
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	4	4	3	11
19	4	4	4	12
20	5	4	4	13
21	4	3	3	10
22	5	4	4	13
23	5	5	5	15
24	3	3	3	9
25	4	5	4	13
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	4	4	3	11
29	3	3	2	8
30	3	3	4	10
31	3	3	4	10
32	4	4	4	12
33	4	4	3	11
34	4	4	4	12
35	3	3	3	9
36	4	4	4	12
37	3	3	3	9
38	4	4	5	13
39	3	3	4	10
40	2	2	2	6
41	3	4	4	11
42	4	4	3	11
43	5	5	4	14
44	4	5	5	14
45	4	4	4	12
46	5	5	4	14
47	3	4	3	10
48	4	4	4	12
49	4	5	5	14
50	5	5	5	15
51	5	5	4	14
52	4	3	4	11
53	3	2	3	8
54	5	5	5	15
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	3	4	11
58	4	4	4	12
59	4	4	3	11
60	5	5	5	15
61	4	5	4	13
62	4	5	5	14
63	4	4	4	12
64	3	4	3	10
65	5	5	5	15
66	4	3	4	11
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	5	5	5	15
70	4	4	4	12
71	4	4	4	12
72	4	5	4	13
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12

75	5	5	5	15
76	5	4	4	13
77	4	4	5	13
78	4	4	4	12
79	5	5	5	15
80	4	4	4	12
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	5	5	14
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	4	5	4	13
89	4	5	4	13
90	4	4	4	12
91	4	5	4	13
92	4	4	4	12
93	4	5	5	14
94	5	5	4	14
95	5	5	5	15
96	3	3	3	9
97	3	4	4	11
98	3	4	4	11
99	5	4	4	13
100	4	4	4	12
101	5	5	5	15
102	5	5	5	15
103	3	3	3	9
104	4	3	3	10
105	3	4	4	11
106	3	3	4	10
107	3	3	4	10
108	3	3	3	9
109	3	3	4	10
110	3	3	4	10
111	4	3	3	10
112	3	3	4	10
113	3	4	3	10
114	3	3	4	10



115	3	4	4	11
116	3	4	3	10
117	3	4	4	11
118	3	3	3	9
119	4	5	4	13
120	3	3	3	9
121	3	4	3	10
122	4	4	4	12
123	4	4	4	12
124	5	5	4	14
125	4	4	4	12
126	4	5	5	14
127	4	5	5	14
128	4	4	3	11
129	5	5	5	15
130	2	3	3	8
131	5	5	4	14
132	4	3	3	10
133	4	4	4	12
134	4	4	3	11
135	4	4	3	11
136	4	3	3	10
137	4	3	4	11
138	5	4	4	13
139	5	5	4	14
140	5	4	4	13
141	4	4	4	12
142	5	4	4	13
143	3	4	4	11
144	5	4	4	13
145	4	4	5	13
146	5	5	4	14
147	5	4	4	13
148	5	4	4	13
149	5	4	4	13
150	5	4	4	13
151	5	4	4	13
152	5	4	4	13
153	5	4	4	13
154	5	4	4	13

155	5	4	4	13
156	5	4	4	13
157	5	4	4	13
158	4	3	3	10
159	4	4	4	12
160	5	4	5	14
161	3	4	4	11
162	4	3	3	10
163	5	4	4	13
164	5	5	4	14
165	5	4	4	13
166	3	4	5	12
167	4	4	5	13
168	4	5	5	14
169	5	5	4	14
170	5	5	4	14
171	5	5	4	14
172	5	4	4	13
173	5	4	4	13
174	4	5	5	14
175	5	5	4	14
176	5	5	4	14
177	5	5	4	14
178	4	3	4	11
179	4	4	3	11
180	5	5	4	14
181	4	3	3	10
182	5	5	5	15
183	3	3	4	10
184	4	3	3	10
185	4	4	4	12
186	4	3	4	11
187	4	5	5	14
188	4	3	4	11
189	4	4	3	11
190	5	4	4	13
191	4	4	5	13
192	4	4	4	12
193	5	4	4	13
194	5	4	4	13

195	4	3	3	10
196	4	4	3	11
197	5	4	4	13
198	4	4	5	13
199	4	4	5	13
200	3	4	4	11
201	3	3	3	9
202	3	3	4	10
203	3	4	3	10
204	5	4	5	14
205	5	5	4	14
206	4	3	4	11
207	4	4	3	11
208	3	4	4	11
209	4	4	3	11
210	5	5	4	14
211	3	4	3	10
212	4	4	4	12
213	4	4	5	13
214	3	3	3	9
215	5	5	4	14
216	4	4	4	12
217	5	4	4	13
218	4	4	3	11
219	3	4	4	11
220	5	5	4	14
221	4	5	4	13
222	5	4	4	13
223	4	4	4	12
224	3	4	4	11
225	5	5	4	14
226	4	4	3	11
227	4	5	4	13
228	5	4	4	13
229	4	4	4	12
230	4	4	3	11
231	5	4	4	13
232	5	4	4	13
233	5	5	4	14
234	4	4	3	11

235	5	5	4	14
236	3	4	4	11
237	3	4	4	11
238	4	4	4	12
239	5	4	4	13
240	5	5	4	14
241	3	4	3	10
242	3	4	3	10
243	4	3	4	11
244	3	3	3	9
245	5	4	4	13
246	3	4	4	11
247	3	3	4	10
248	5	5	5	15
249	4	5	4	13
250	4	4	3	11
251	3	4	4	11
252	4	5	5	14
253	4	4	5	13
254	4	4	3	11
255	5	5	4	14
256	4	4	4	12
257	4	4	3	11
258	4	4	4	12
259	5	4	4	13
260	5	4	5	14
261	5	5	3	13
262	5	4	4	13
263	5	5	5	15
264	3	3	4	10
265	4	4	4	12
266	4	3	3	10
267	3	3	3	9
268	5	4	4	13
269	5	5	5	15
270	4	4	4	12
271	4	4	5	13
272	4	3	3	10
273	4	4	4	12
274	5	4	5	14

275	4	4	3	11
276	3	4	4	11
277	5	5	4	14
278	4	4	5	13
279	5	4	4	13
280	4	3	3	10
281	4	3	3	10
282	3	3	3	9
283	4	4	4	12
284	4	4	5	13
285	3	3	4	10
286	3	4	4	11
287	3	4	3	10
288	4	4	3	11
289	5	4	4	13
290	5	4	4	13
291	4	4	5	13
292	5	5	4	14
293	4	4	3	11
294	3	3	3	9
295	3	3	4	10
296	4	4	5	13
297	4	3	3	10
298	4	4	3	11
299	5	5	5	15
300	3	3	4	10
301	4	4	4	12
302	4	3	3	10
303	4	4	4	12
304	4	4	3	11
305	3	4	4	11
306	4	4	5	13
307	4	5	5	14
308	4	4	3	11
309	3	3	3	9
310	4	4	3	11
311	4	4	3	11
312	5	4	4	13
313	4	3	3	10
314	4	4	3	11

315	4	4	4	12
316	5	5	5	15
317	4	4	3	11
318	3	4	3	10
319	3	3	3	9
320	5	4	4	13
321	4	4	4	12
322	4	5	5	14
323	4	5	4	13
324	5	5	5	15
325	3	4	3	10
326	4	4	4	12
327	5	4	5	14
328	4	4	3	11
329	5	5	5	15
330	4	4	5	13
331	4	4	5	13
332	3	4	4	11
333	3	3	3	9
334	5	4	4	13
335	4	4	3	11
336	5	4	4	13
337	4	5	4	13
338	4	4	5	13
339	3	3	4	10
340	4	4	3	11
341	4	4	4	12
342	4	4	3	11
343	3	3	3	9
344	3	3	3	9
345	3	4	3	10
346	3	3	4	10
347	5	5	4	14
348	5	5	5	15
349	4	4	3	11
350	5	5	4	14
351	3	3	3	9
352	3	4	4	11
353	4	4	3	11
354	4	4	4	12

355	5	4	4	13
356	5	4	4	13
357	3	3	3	9
358	5	5	5	15
359	3	3	4	10
360	4	4	5	13
361	3	4	4	11
362	5	5	4	14
363	3	4	4	11
364	3	3	3	9
365	5	5	4	14
366	4	4	5	13
367	5	5	5	15
368	4	4	5	13
369	3	4	4	11
370	3	4	4	11
371	4	5	5	14
372	4	4	5	13
373	4	3	4	11
374	4	5	4	13
375	5	4	4	13
376	5	5	4	14
377	3	4	4	11
378	3	4	3	10
379	4	4	4	12
380	4	4	4	12
381	5	4	4	13
382	3	4	4	11
383	4	5	4	13
384	4	3	4	11
385	3	3	4	10
386	3	4	4	11
387	5	5	5	15
388	3	3	3	9
389	4	4	3	11
390	5	4	4	13
391	5	5	4	14
392	5	4	4	13
393	4	4	4	12
394	4	5	5	14

395	5	5	5	15
396	4	4	5	13
397	5	5	4	14
398	3	4	4	11
399	3	3	4	10
400	5	4	4	13



**Lampiran 6. Hasil Output Uji Validitas Variabel *Islamic Attributes* (X1)**

		<b>Correlations</b>				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Islamic Attributes
X1_1	Pearson Correlation	1	.679**	.580**	.554**	.820**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400
X1_2	Pearson Correlation	.679**	1	.613**	.621**	.852**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400
X1_3	Pearson Correlation	.580**	.613**	1	.686**	.850**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400	400
X1_4	Pearson Correlation	.554**	.621**	.686**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400	400
Islamic Attributes	Pearson Correlation	.820**	.852**	.850**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 7. Hasil Output Uji Validitas Variabel *Citra Deatinasi* (X2)**

		<b>Correlations</b>			
		X2_1	X2_2	X2_3	Citra Destinasi
X2_1	Pearson Correlation	1	.617**	.521**	.834**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	400	400	400	400
X2_2	Pearson Correlation	.617**	1	.601**	.870**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	400	400	400	400
X2_3	Pearson Correlation	.521**	.601**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	400	400	400	400
Citra Destinasi	Pearson Correlation	.834**	.870**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	400	400	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 8. Hasil Output Uji Validitas Variabel Nilai Lingkungan Sosial Budaya (X3)

		Correlations									Nilai Lingkungan Sosial Budaya
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	
X3_1	Pearson Correlation	1	.609**	.493**	.482**	.474**	.469**	.460**	.423**	.407**	.610**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_2	Pearson Correlation	.609**	1	.565**	.470**	.480**	.523**	.458**	.503**	.507**	.642**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_3	Pearson Correlation	.493**	.565**	1	.611**	.468**	.549**	.430**	.457**	.537**	.619**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_4	Pearson Correlation	.482**	.470**	.611**	1	.566**	.555**	.491**	.525**	.570**	.602**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_5	Pearson Correlation	.474**	.480**	.468**	.566**	1	.646**	.505**	.568**	.474**	.600**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_6	Pearson Correlation	.469**	.523**	.549**	.555**	.646**	1	.500**	.554**	.601**	.623**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_7	Pearson Correlation	.460**	.458**	.430**	.491**	.505**	.500**	1	.562**	.477**	.559**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_8	Pearson Correlation	.423**	.503**	.457**	.525**	.568**	.554**	.562**	1	.591**	.580**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X3_9	Pearson Correlation	.407**	.507**	.537**	.570**	.474**	.601**	.477**	.591**	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Nilai Lingkungan Sosial Budaya	Pearson Correlation	.610**	.642**	.619**	.602**	.600**	.623**	.559**	.580**	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 9. Hasil Output Uji Validitas Variabel *Islamic Tourist Satisfaction* (Y)

		Correlations			Islamic Tourist Satisfaction
		Y_1	Y_2	Y_3	
Y_1	Pearson Correlation	1	.591**	.415**	.830**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	400	400	400	400
Y_2	Pearson Correlation	.591**	1	.530**	.855**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	400	400	400	400
Y_3	Pearson Correlation	.415**	.530**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	400	400	400	400
Islamic Tourist Satisfaction	Pearson Correlation	.830**	.855**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	400	400	400	400

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 10. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X1**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.867	.868	4

**Lampiran 11. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X2**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.805	3

**Lampiran 12. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X3**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.905	.906	9

**Lampiran 13. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.759	3

### Lampiran 14. Hasil Output Uji Normalitas

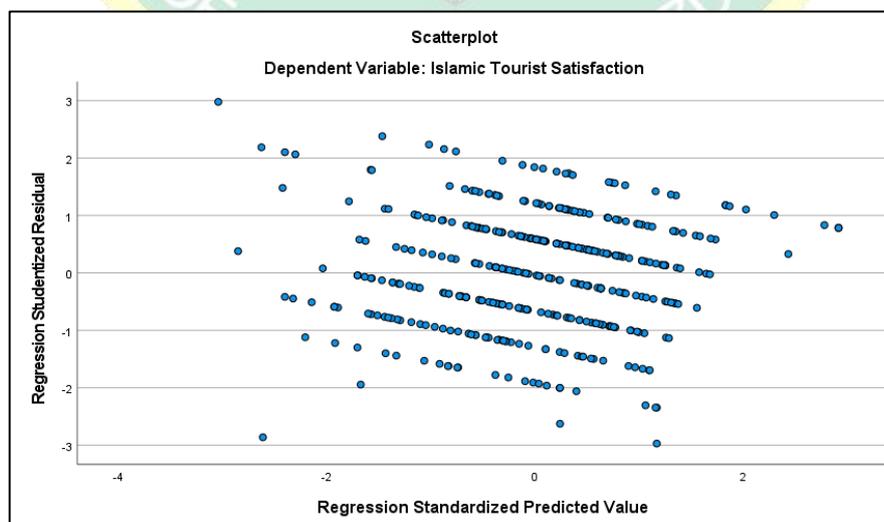
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.59587317	
Most Extreme Differences	Absolute	.036	
	Positive	.020	
	Negative	-.036	
Test Statistic		.036	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.235	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.224
		Upper Bound	.246

### Lampiran 15. Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Islamic Attributes	.922	1.084
	Citra Destinasi	.747	1.339
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.748	1.337

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

### Lampiran 16. Hasil Output Uji Heterokedastisitas



### Lampiran 17. Hasil Output Uji Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.111	.702		10.127	.000
	Islamic Attributes	.131	.033	.196	3.989	.000
	Citra Destinasi	.110	.046	.132	2.415	.016
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.040	.016	.137	2.516	.012

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

### Lampiran 18. Hasil Output Uji t (parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.111	.702		10.127	.000
	Islamic Attributes	.131	.033	.196	3.989	.000
	Citra Destinasi	.110	.046	.132	2.415	.016
	Nilai Lingkungan Sosial Budaya	.040	.016	.137	2.516	.012

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

### Lampiran 19. Hasil Output Uji F (simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.500	3	45.167	17.601	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1016.178	396	2.566		
	Total	1151.677	399			

a. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction  
b. Predictors: (Constant), Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Islamic Attributes, Citra Destinasi

### Lampiran 20. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 <sup>a</sup>	.118	.111	1.602

a. Predictors: (Constant), Nilai Lingkungan Sosial Budaya, Islamic Attributes, Citra Destinasi

b. Dependent Variable: Islamic Tourist Satisfaction

### Lampiran 21. Dokumentasi Penelitian



Bersama staf Lokawisata Baturraden



Bersama staf DINPORABUDPAR



Pintu Masuk Lokawisata  
Baturraden



Gedung Film 3 Dimensi



Area Bermain Anak



Waterboom



Kolam Renang Anak



Sepeda Air



Musholla As-salam



Mushola



Musholla Ar-rahman



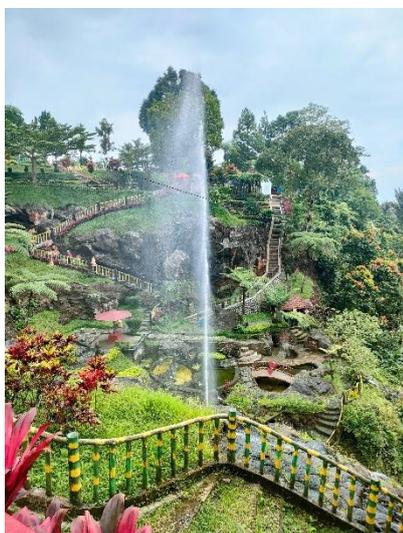
Toilet



Pemandian Air Panas



Kuliner

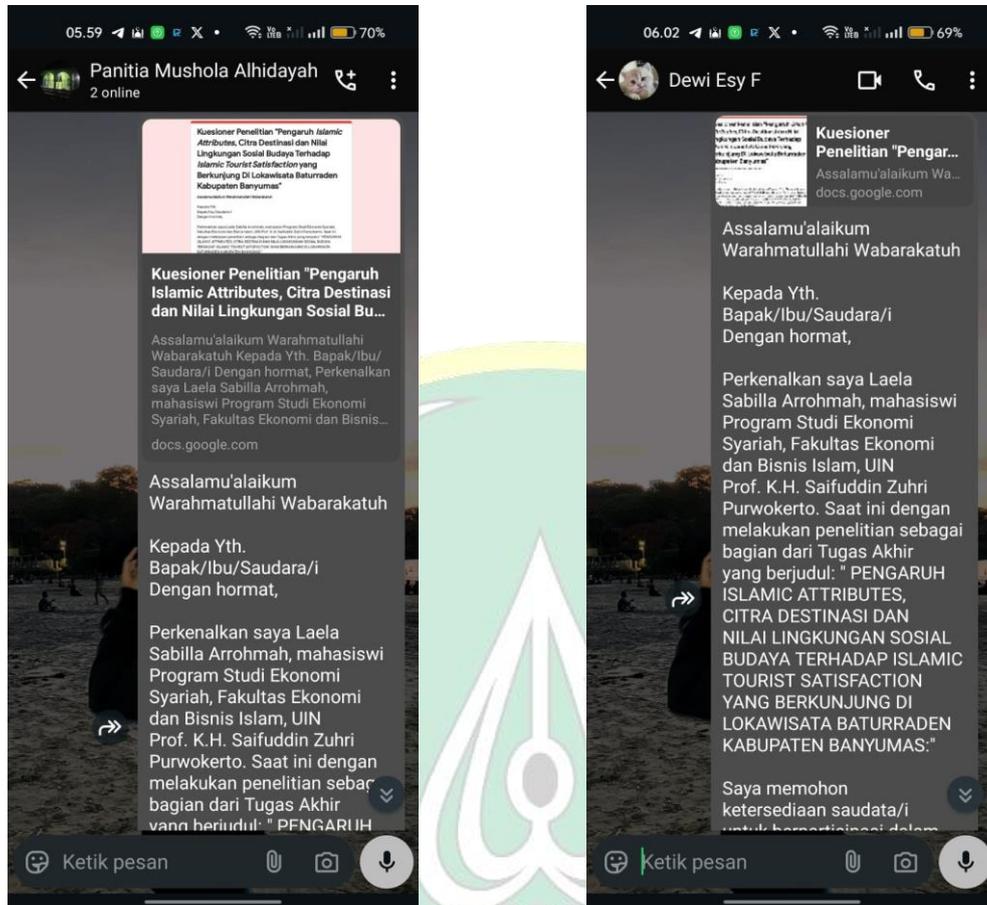


Air Mancur Sendang Mulya



Panggung Budaya

## Lampiran 22. Bukti Penyebaran Kuesioner



## Lampiran 23. Surat Izin Observasi Pendahuluan



**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

Nomor : 396/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/2/2025 18 Februari 2025  
 Lampiran : -  
 Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Pimpinan Pengelola Lokawisata Baturraden  
 Di  
 Lokawisata Baturraden

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Pengaruh Islamic attributs, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap Islamic tourist satifaction yang berkunjung di Lokawisata Baturraden .

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Observasi Pendahuluan kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Laela Sabilla Arrohmah  
 NIM : 214110201151  
 Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VII

Adapun Observasi Pendahuluan tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Islamic attributs, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya  
 Tempat Penelitian : Pengelola Lokawisata Baturraden  
 Waktu Penelitian : 2 Desember 2024 s/d 1 Januari 2025  
 Metode Penelitian : Kuantitatif

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

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan I,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
 NIP. 19741217 200312 1 006

## Lampiran 24. Surat Izin Riset Individu



**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

Nomor : 397/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/2/2025 18 Februari 2025  
 Lampiran : -  
 Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Pimpinan Pengelola Lokawisata Baturraden  
 Di  
 Lokawisata Baturraden

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Pengaruh Islamic attributs, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya terhadap Islamic tourist satifaction yang berkunjung di Lokawisata Baturraden .

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Laela Sabilla Arrohmah  
 NIM : 214110201151  
 Prodi / Semester : S-1 Ekonomi Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian : Islamic attributs, citra destinasi dan nilai lingkungan sosial budaya  
 Tempat Penelitian : Pengelola Lokawisata Baturraden  
 Waktu Penelitian : 17 Februari s/d 17 Maret 2025  
 Metode Penelitian : Kuantitatif

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

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
 Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
 NIP. 19741217 200312 1 006

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Laela Sabilla Arrohmah
2. NIM : 214110201151
3. Tempat/Tgl. Lahir : Brebes, 30 Oktober 2003
4. Alamat Rumah : Jln. Raya Tonjong Gang Sokawera RT  
02/RW 02 No. 01 Kec. Tonjong Kab. Brebes  
Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Daryanto  
Nama Ibu : Siti Roisah

**B. Riwayat Pendidikan**

1. TK : Al-Muttaqin Kaligadung
2. SD : SDN Tonjong 4
3. SMP : SMPN Tonjong 1
4. SMA : SMAN 1 Bumiayu
5. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**C. Pengalaman Organisasi : -**

Purwokerto, 17 April 2025



**Laela Sabilla Arrohmah**  
214110201151