

PENGARUH ATRAKSI WISATA, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA RELIGI MAKAM KH. ABDURRAHMAN WAHID

Gabriele Lailatul Muharromah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: gabrielemuharromah16081194031@mhs.unesa.ac.id

Moch. Khoirul Anwar

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: khoirulanwar@unesa.ac.id

Abstrak

Setiap tahun wisatawan yang berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid mengalami peningkatan. Keputusan berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, amenities, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun pada variabel amenities tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

Kata Kunci : *Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi wisata, Keputusan berkunjung*

Abstract

Every year, the number of tourist visit religious tourist attraction, KH. Abdurrahman Wahid cemetery increases. The tourist decision to visit a tourist attraction place can be influenced by several factors, such as tourist attractions, amenities and accessibility. The purpose of this research is to know the impact of tourist attractions, amenities, and accessibility to the decision of visit on the religious tourism KH. Abdurrahman Wahid cemetery. The research methods used are quantitative research and used multiple linear regression analyses. The results showed that tourist attraction variables and accessibility variables were positive and significant to the visiting decision. But the variable of amenities had no significant effect on the visiting decision. Simultaneously variable tourist attractions, amenities and accessibility affected the variable of visiting decisions.

Keywords: *Accessibility; Amenity; Tourist attraction; Visiting decision*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang terdapat pada sektor pariwisata dapat memicu perkembangan sektor-sektor lainnya. Hal ini membuat pariwisata menjadi sektor yang potensial. Salah satunya sektor ekonomi, melalui adanya peningkatan jumlah destinasi dan investasi pariwisata dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja,

How to cite: Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 1–12.

pengembangan pembangunan usaha dan infrastruktur, serta pendapatan devisa negara. Perkembangan pariwisata di Indonesia setiap tahun semakin mengalami pertumbuhan. Hal ini ditunjukkan dari meningkatnya jumlah perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Pola perkembangan wisatawan nusantara dalam kurun waktu tahun 2013-2018 telah meningkat sebesar 21,34 persen (BPS, 2018).

Saat ini tren pada dunia pariwisata, terdapat perubahan motivasi dan pola konsumsi wisatawan (*customer behavior pattern*). Pada awalnya hanya terfokus pada 3S (*sun, sea, and sand*) beralih menjadi *serenity, sustainability, and spirituality* (Hermansyah, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa saat ini motif perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan tidak hanya untuk mencari udara segar, menikmati keindahan alam, akan tetapi para wisatawan juga mencari ketenangan diri, keberlanjutan dan juga spiritualitas. Perubahan tersebut membawa dampak pada peningkatan perjalanan wisata pada objek daya tarik wisata yang memberikan ketenangan bagi wisatawan yang berkunjung.

Pariwisata syariah atau bisa disebut dengan pariwisata halal merupakan sebuah perkembangan dalam sektor wisata yang di dalamnya terdapat unsur-unsur *serenity, sustainability* dan *spirituality*. Wisata dalam konteks agama Islam diperbolehkan selama tidak terdapat aturan yang menyatakan dilarang, dalam aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Maka dalam konteks ini, Al-Quran dan Hadist sebagai sumber hukum dijadikan sebagai pijakan pariwisata syariah. Penjelasan dalam Al Qur'an mengenai tujuan melakukan perjalanan atau pariwisata adalah untuk mencari pelajaran dan hikmah. Saat ini sektor pariwisata halal mengalami pertumbuhan yang pesat hal ini dikarenakan meningkatnya wisatawan muslim setiap tahunnya. Pada tahun 2016 berjumlah 121 juta wisatawan sedangkan pada tahun 2017 mengalami kenaikan berjumlah 131 juta wisatawan muslim (Bappenas, 2018). Hal ini dapat dijadikan peluang bagi negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim dalam mengembangkan pariwisata halal dengan sasaran wisatawan muslim.

Jumlah penduduk di Indonesia yang menganut agama Islam sebesar 219,96 juta jiwa (Pew Research, 2015), hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia. Selain itu Indonesia menempati peringkat ke 2 dari 10 besar destinasi wisata ramah muslim di dunia (Crescent Rating, 2018). Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan pariwisata halal. Namun wisatawan mancanegara yang berkunjung di Indonesia kebanyakan dari negara non muslim seperti China, Singapura, dan Australia (BPS, 2018). Oleh karena itu Kementerian Pariwisata mulai melakukan pengembangan pariwisata halal melalui bimbingan teknis dan lokakarya ke beberapa provinsi di Indonesia (Setiawan, 2019).

Keputusan seseorang dalam menentukan tujuan destinasi wisata memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, dengan mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, pihak pengelola wisata dapat melakukan perencanaan untuk pengembangan wisata yang tepat. Keputusan berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi beberapa faktor salah satunya ialah atribut produk wisata. Atribut produk wisata merupakan segala sarana dan prasarana yang didapatkan wisatawan sejak beranjak dari tempat tinggalnya, tiba

di tujuan wisata, dan kembali pulang (Suwanto, 2004).

Atribut produk wisata yang meliputi atraksi wisata, amenities atau fasilitas, dan aksesibilitas merupakan faktor penting dalam mempengaruhi seseorang untuk menentukan keputusan berkunjung pada destinasi wisata (Priyadi, 2016). Hal ini juga diperkuat oleh (Malisti et al., 2019) bahwa daya tarik wisata, amenities, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Sehingga semakin baik atribut wisata yang terdapat pada suatu destinasi wisata, akan membuat semakin tingginya keputusan seseorang untuk berkunjung (Hapsari et al., 2014). Sedangkan menurut (Muflikhah et al., 2018) dari tiga atribut produk wisata, hanya ditemukan satu yang berpengaruh signifikan yakni atraksi wisata, akan tetapi amenities dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Wisata religi dijadikan sebagai destinasi wisata andalan bagi provinsi Jawa Timur. Wisata religi merupakan salah satu jenis pembagian pariwisata jika dilihat berdasarkan objeknya, yang tidak dapat terpisahkan dalam pengembangan wisata halal. Banyak makam para *waliyullah* penyebar agama Islam yang dimakamkan di Jawa Timur. Hal ini menjadi daya tarik pengunjung untuk berziarah atau berwisata. Namun tidak hanya wali lima (Maulana Malik Ibrahim, Sunan Drajat, Sunan Giri, Sunan Ampel dan Sunan Bonang) kompleks pemakaman dua mantan Presiden Republik Indonesia yakni Ir. Soekarno di Blitar dan KH. Abdurrahman Wahid atau Gus Dur di Jombang juga menjadi daya tarik para wisatawan.

Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid atau Gus Dur merupakan salah satu wisata religi di Jawa Timur yang terletak di Kabupaten Jombang. Wisata religi Makam KH. Abdurrahman Wahid pernah mendapatkan penghargaan menjadi wisata yang terbaik pada Anugerah Wisata Jawa Timur (AWJ) pada tahun 2017 kategori daya tarik wisata budaya (Syafi'i, 2017). Gus Dur merupakan mantan presiden Republik Indonesia, Beliau juga terkenal sebagai tokoh pluralisme. Selain itu Gus Dur juga merupakan seorang ulama, putra dari KH. Wahid Hasyim dan cucu dari Hadrotus Syaikh KH. Hasyim Asy'ari. KH. Abdurrahman Wahid dimakamkan di pemakaman pesantren Tebuireng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur. Sejak 31 Desember 2009 saat Gus Dur dimakamkan hingga saat ini, jumlah pengunjung setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Jika dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di Jombang, Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid menduduki peringkat jumlah wisatawan terbanyak. Pada tahun 2017 jumlah pengunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid mencapai 1.258.116 dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 dengan jumlah pengunjung sebesar 1.296.493 (BPS, 2019).

Pengembangan wisata telah banyak dilakukan oleh manajemen wisata Makam KH. Abdurrahman Wahid dan pemerintah daerah Kabupaten Jombang. Jika dibandingkan sejak pertama menjadi kunjungan wisata religi, kondisi prasarana dan sarana Makam KH. Abdurrahman Wahid masih sederhana. Saat ini kondisi prasarana dan sarana wisata Makam KH. Abdurrahman Wahid telah berkembang dan terus melakukan pengembangan dan pembangunan wisata. Upaya yang dilakukan yakni variasi produk wisata yang merupakan daya tarik wisata yang dimiliki oleh wisata religi Makam KH. Abdurrahman Wahid untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Mulai dari atraksi wisata, yang terdapat museum

dan monumen *asmaul husna* yang dibangun. Sehingga wisatawan selain berziarah ke makam, wisatawan juga dapat menikmati museum yang dibangun megah dengan desain bangunan yang unik yakni berbentuk *pyramid*. Selain itu juga dilakukan pengembangan amenitas dan aksesibilitas wisata. Atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas yang terdapat di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid dapat dijadikan acuan pengelola wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini dikarenakan menurut Muljadi & Warman, (2010) bahwa atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas merupakan faktor penting dalam pariwisata yang dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui adakah pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid; (2) untuk mengetahui adakah pengaruh amenitas terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid; (3) untuk mengetahui adakah pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid; (4) untuk mengetahui adakah pengaruh atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Populasi yang digunakan adalah pengunjung Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Populasi ditentukan berdasarkan hasil dari rata-rata jumlah pengunjung tahunan, yakni sebesar 1.198.166 wisatawan. Berdasarkan jumlah populasi tersebut, diambil sampel dari populasi sebanyak 100 responden dari perhitungan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Adapun kriteria responden yang menjadi sampel penelitian adalah: (1) Responden merupakan wisatawan yang berkunjung ke Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. (2) Responden sudah pernah berkunjung ke Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.

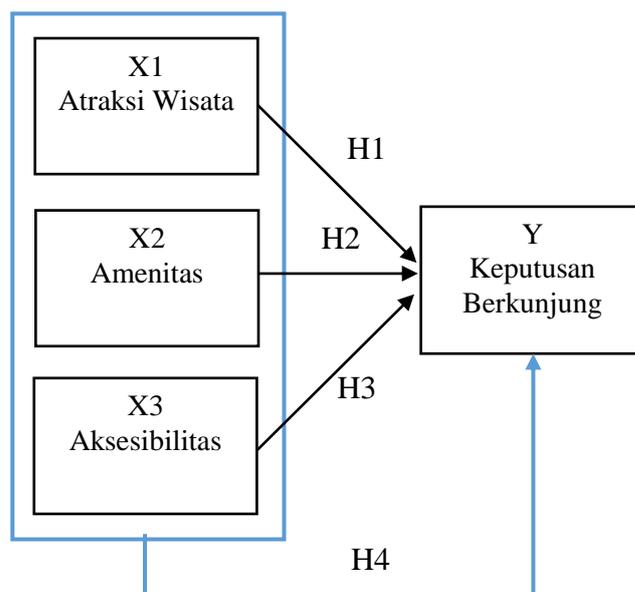
Variabel independen pada penelitian ini terdapat tiga variabel. Pertama, variabel atraksi wisata dengan indikator atraksi alam, atraksi budaya, atraksi sosial dan atraksi yang dibangun (Yoeti, 2005). Kedua, variabel amenitas dengan indikator kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan fasilitas dan kelengkapan alat (Sumayang, 2003). Ketiga, variabel aksesibilitas dengan indikator akses informasi, akses kondisi jalan, tempat akhir perjalanan (Soekadijo, 2003). Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen yakni variabel keputusan berkunjung dengan indikator *need recognition, information search, evaluation of alternative, visit decision* dan *post visited behavior* (Suryadana & Octavia, 2015).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.

- H2 : Amenitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.
- H3 : Aksesibilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.
- H4 : Atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid.

Berikut ini skema penelitian yang dilakukan:



Gambar 1. Skema Penelitian

Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran angket, observasi dan wawancara. Angket yang digunakan menggunakan skala likert. Instrumen yang digunakan dalam penelitian telah lolos uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Untuk uji hipotesis dilakukan dengan uji T, uji F dan koefisien determinasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini dengan uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas, dan hasilnya menunjukkan telah memenuhi syarat uji asumsi klasik yang dilakukan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan penyebaran angket kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Pada angket penelitian variabel independen yakni variabel atraksi wisata memiliki 4 indikator dengan jumlah 8 item pernyataan. Variabel amenitas juga memiliki 4 indikator dengan 11 item pernyataan. Variabel aksesibilitas memiliki 3 indikator dengan 6 item pernyataan. Sedangkan variabel dependen yakni keputusan berkunjung memiliki 5 indikator dengan 8 item pernyataan. Jadi jumlah

keseluruhan terdapat 33 item pertanyaan dengan empat pilihan jawaban skala likert pada setiap pernyataan yakni sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), sangat setuju (SS). Berikut ini hasil penelitian berdasarkan jawaban responden:

Tabel 1. Hasil Jawaban Responden

No	Variabel	Jawaban								Skor	Mean	Kategori
		STS (1)		TS (2)		S (3)		SS (4)				
		f	%	f	%	f	%	f	%			
1	Atraksi Wisata (X1)	0	0	28	3,5	371	46,4	401	50,1	2773	3,47	Sangat Setuju
2	Amenitas (X2)	1	0,1	63	5,9	629	58,6	380	35,4	3534	3,21	Setuju
3	Aksesibilitas (X3)	4	0,7	58	10	310	53	212	36,3	1898	3,16	Setuju
4	Keputusan Berkunjung (Y)	44	5,6	162	20,7	362	46,3	214	27,4	2310	2,89	Setuju

Sumber : Hasil Angket Responden diolah penulis, 2020

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa 96,5% responden yang sependapat dengan pernyataan pada variabel atraksi wisata dan hasil rata-rata jawaban menunjukkan kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan atraksi wisata di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid menurut jawaban responden termasuk sangat baik. Pada variabel amenitas terdapat 94% responden yang sependapat dengan pernyataan pada variabel amenitas dan terdapat 6% responden yang tidak sependapat. Hasil rata-rata pada variabel amenitas yang termasuk kategori setuju, menunjukkan amenitas di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid menurut jawaban responden termasuk baik. Pada variabel aksesibilitas terdapat 89,3% responden yang sependapat dengan pernyataan pada variabel aksesibilitas dan hasil rata-rata jawaban menunjukkan kategori setuju. Hal ini menunjukkan aksesibilitas di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid menurut jawaban responden termasuk baik. Sedangkan pada variabel keputusan berkunjung menunjukkan 73,7% responden yang sependapat dengan pernyataan pada variabel keputusan berkunjung dan terdapat 26,3% responden yang tidak sependapat.

Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis tentang pengaruh atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Berikut ini adalah hasil uji analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,239 + 0,407 X_1 + 0,036 X_2 + 0,350 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan berkunjung

X₁ = Atraksi wisata

X₂ = Amenitas

X₃ = Aksesibilitas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu

Interpretasi persamaan di atas:

- a. Konstanta sebesar 4,239 menunjukkan nilai keputusan berkunjung (Y) sebelum dipengaruhi oleh variabel independen yakni atraksi wisata (X_1), amenitas (X_2) dan aksesibilitas (X_3).
- b. Variabel atraksi wisata (X_1) memiliki koefisien regresi positif 0,407. Sehingga pengaruh variabel atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung memiliki sifat positif. Jika terjadi kenaikan pada nilai atraksi wisata maka keputusan berkunjung juga mengalami peningkatan.
- c. Variabel amenitas (X_2) memiliki koefisien regresi positif 0,036. Sehingga pengaruh variabel amenitas terhadap keputusan berkunjung memiliki sifat positif. Jika terjadi kenaikan pada nilai amenitas maka keputusan berkunjung juga mengalami peningkatan.
- d. Variabel aksesibilitas (X_3) memiliki koefisien regresi positif 0,350. Sehingga pengaruh variabel aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung memiliki sifat positif. Jika terjadi kenaikan pada nilai aksesibilitas wisata maka keputusan berkunjung juga mengalami peningkatan.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diketahui variabel yang memiliki pengaruh terbesar pada keputusan berkunjung yakni variabel atraksi wisata, kemudian diikuti variabel aksesibilitas dan yang terakhir variabel amenitas.

Uji T

Uji T dilakukan untuk mendapati adanya pengaruh variabel independen yakni atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas secara parsial terhadap variabel dependen yakni keputusan berkunjung. Pengujian ini dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berikut ini hasil uji T pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4,239	3,348		1,266	,209
Atraksi_Wisata	,407	,176	,299	2,316	,023
Amenitas	,036	,125	,042	,291	,772
Aksesibilitas	,350	,175	,249	1,994	,049

Sumber: Hasil olah data primer, 2020

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Atraksi Wisata (X_1)

Variabel atraksi wisata (X_1) memiliki nilai signifikansi $0,023 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,316 > 1,984$). Hal ini menunjukkan atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diterima.

2. Amenitas (X_2)

Variabel amenitas (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,772 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,291 < 1,984$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa amenitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_2) yang menyatakan amenitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung ditolak.

3. Aksesibilitas (X_3)

Variabel aksesibilitas (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,994 > 1,984$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_3) yang menyatakan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diterima.

Uji F

Uji F dilakukan agar mengetahui pengaruh variabel independen yakni atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas secara simultan terhadap variabel dependen yakni keputusan berkunjung. Jika hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, maka didapati variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	355,314	3	118,438	12,273	,000 ^b
	Residual	926,446	96	9,650		
	Total	1281,760	99			

Sumber : Hasil olah data primer, 2020

Hasil uji F pada tabel 3 di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka secara simultan atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_4) yang menyatakan bahwa atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dapat diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai *Adjusted R Square*. Adapun hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,527 ^a	,277	,255	3,107

Sumber: Hasil olah data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui besarnya nilai *Adjusted R*

Square sebesar 0,255 sama dengan 25,5%. Sehingga variabel atraksi wisata (X_1), amenitas (X_2) dan aksesibilitas (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) sebesar 25,5%. Sementara selebihnya 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Priatmoko (2017) bahwa atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sehingga semakin menarik atraksi wisata yang dimiliki oleh destinasi wisata akan semakin meningkatkan keputusan berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Demikian pula atraksi wisata yang dimiliki oleh Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid dapat berpengaruh secara signifikan bagi wisatawan untuk memutuskan berkunjung pada objek wisata ini.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan angket, menunjukkan variabel atraksi wisata memiliki nilai rata-rata 3,46 yang tergolong kategori sangat baik. Atraksi wisata yang terdapat di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid selain ziarah ke makam yang menjadi daya tarik utama wisata, juga terdapat Museum Islam Indonesia KH. Hasyim Asy'ari (MINHA) dan monumen *asmaul husna* yang memiliki bangunan yang unik dan bernuansa islami. Banyak dijumpai tanaman yang tumbuh di kawasan wisata. Wisatawan yang berkunjung dapat berziarah ke makam dan melakukan kegiatan berdoa, membaca *yasin* dan *tahlil* untuk mendoakan para *'alim ulama*. Selain itu wisatawan juga dapat mengunjungi MINHA yang lokasinya tidak jauh dari lokasi makam. Lokasi MINHA yang bersebelahan dengan monumen *asmaul husna* merupakan tempat yang menarik, sehingga dapat dijadikan wisatawan untuk mengabadikan momen perjalanan wisatanya dengan berfoto. Masyarakat di sekitar tempat wisata ramah terhadap wisatawan. Lokasi Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid berada di lingkungan Pondok Pesantren Tebuireng dapat menambah nuansa keislaman pada wisata ini.

Kegiatan pariwisata dalam konteks Islam bertujuan untuk tujuan spiritual yakni dijadikan sebagai wadah dalam meningkatkan keimanan kepada Allah SWT. dan mengakui kebesaran-Nya. Dalam Al Quran terdapat ayat-ayat mengenai pariwisata, salah satunya pada surat an-Naml ayat 69

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

Artinya :“ Katakanlah : Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa. “ (QS. An Naml: 69)

Selain di dalam Al Quran juga terdapat pada hadits Rasulullah mengenai kegiatan ziarah ke makam, seperti yang dilakukan di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid (Fadeli & Subhan, 2012).

كُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقَبْرِ فَرُؤُوفَهَا فَإِنَّهَا تُذَكِّرُكُمْ الْآخِرَةَ (رواه أحمد و مسلم و أصحاب السنن
عن عبد الله ابن بريدة)

Artinya: “ Dahulu saya melarang menziarahi kubur, adapun sekarang berziarahlah ke sana, karena yang demikian itu akan mengingatkanmu akan hari akhirat.” (HR. Ahmad, Muslim, dan Ashabus Sunan)

Pengaruh Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Hasil penelitian ini sependapat dengan Muflikhah et al. (2018) yang menyatakan bahwa variabel amenitas dari atribut produk wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid telah terdapat amenitas yang menjadi fasilitas pendukung wisatawan dalam berwisata. Amenitas yang tersedia yakni lahan parkir yang luas, kawasan sentra PKL dan oleh-oleh, sentra kuliner, toilet, ATM Center, tempat ibadah, dan gazebo. Sebagai salah satu objek wisata syariah, Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid harus tersedia fasilitas tempat ibadah yang harus terjaga kesuciannya dan fasilitas umum seperti kamar mandi yang dijaga kebersihannya. Selain itu juga terdapat sentra kuliner menyediakan makanan dan minuman halal sesuai dengan perintah Allah SWT. pada Al Qur'an surat al Maidah ayat 88. (Susanthiasih & Rusliani, 2017)

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبَاتٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : “ Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al Maidah : 88)

Meskipun telah tersedia amenitas pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid, akan tetapi amenitas yang tersedia masih perlu ditingkatkan dari segi kuantitas dan kualitas. Variabel amenitas mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung dapat diketahui dari hasil penelitian yang dilakukan menggunakan angket, menunjukkan nilai rata-rata 3,21 yang termasuk kategori baik. Namun berdasarkan hasil uji t menunjukkan amenitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan adanya amenitas yang tersedia di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid tidak mempengaruhi wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Amenitas yang tersedia hanya menjadi sarana penunjang bagi wisatawan. Wisatawan lebih mementingkan faktor utama berkunjung ke Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid yakni untuk berziarah ke makam dan menikmati atraksi wisata lainnya.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Mulyati & Masruri, 2019) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga semakin baik aksesibilitas suatu destinasi wisata, maka akan semakin tinggi keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan angket, variabel aksesibilitas memiliki nilai rata-rata 3,16 yang tergolong kategori baik. Aksesibilitas pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid dapat diakses dengan mudah. Selain itu juga memiliki lahan parkir yang luas dapat digunakan untuk parkir kendaraan bus pariwisata untuk wisatawan yang membawa rombongan. Jarak yang ditempuh dari lokasi tempat parkir menuju area makam tidak terlalu jauh dan dapat diakses dengan berjalan kaki. Pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid juga memiliki maket mengenai denah wisata, sehingga wisatawan dapat melihat lokasi wisata.

Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji F, dapat diketahui bahwa atraksi wisata, amenities, dan aksesibilitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Namun jika dilihat dari uji T yang dilakukan, dapat diketahui dari ketiga variabel independen, variabel atraksi wisata yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Malisti et al., (2019) bahwa atraksi wisata, fasilitas, dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Selain itu pada penelitian lain yang dilakukan oleh Listianingrum (2019) juga menunjukkan bahwa daya tarik, aksesibilitas dan fasilitas secara simultan dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Adapun dilihat dari hasil uji koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid adalah 25,5%. Sisanya terdapat 74,5% variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid, maka ditarik kesimpulan bahwa variabel atraksi wisata dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Hal tersebut menunjukkan semakin baik atraksi wisata, maka akan membuat keputusan seseorang untuk berkunjung semakin tinggi. Demikian pula dengan semakin baik aksesibilitas pada destinasi wisata, maka keputusan seseorang untuk berkunjung

semakin tinggi. Namun pada variabel amenitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dikarenakan adanya amenitas tersebut hanya sebagai sarana penunjang bagi wisatawan dalam berwisata, tetapi tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Secara simultan atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. Sehingga pihak pengelola wisata harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas wisata, agar jumlah kunjungan di Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid semakin meningkat. Bagi penelitian mendatang diharapkan memperluas penelitian dengan memperbanyak variabel independen dalam penelitiannya, sehingga dapat melengkapi penelitian ini.

5. REFERENSI

- Bappenas. 2018. *Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024*. Tersedia di https://ubico.id/wp-content/uploads/2019/05/Masterplan-Ekonomi-Syariah-Indonesia-2019-2024_Terbaru.pdf. Diakses tanggal 20 Oktober 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2019/08/28/f2e676c8c2b7ae3346a28b88/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2018.html>). Diakses tanggal 8 November 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Wisatawan Nusantara*. Tersedia di <https://www.bps.go.id/publication/2019/07/02/5249c2b645e21291b51dfc1a/statistik-wisatawan-nusantara-2018.html>. Diakses tanggal 8 November 2019.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Kabupaten Jombang dalam Angka 2019*. Tersedia di <https://jombangkab.bps.go.id/publication/2019/08/16/13ed62a0f2f7470798e508f1/kabupaten-jombang-dalam-angka-2019.html>. Diakses tanggal 10 Desember 2019.
- Crescent Rating. 2018. *Global Muslim Travel Index*. Tersedia di https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=X7UrOM8Y_GMITI-Report-2018-web-version%281%29.pdf Diakses tanggal 22 Oktober 2019.
- Fadeli, S., & Subhan, M. 2012. *Antologi NU Sejarah Istilah Amaliah Uswah*. Surabaya: Khalista.
- Hapsari, N. R., Lubis, N., & Widiartanto. 2014. Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4): 249–259.
- Hermansyah. 2016. Potensi Besar Wisata Religi. *Koran Sindo*. Tersedia di http://koran-sindo.com/page/news/2016-05-29/0/Potensi_Besar_Wisata_Religi. Diakses tanggal 8 November 2019.
- Listianingrum, A. 2019. *Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti. Tegal.
- Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. 2019. Pengaruh Atribut Produk Wisata

- Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(1): 23–29.
- Muflikhah, V., Mbulu, Y. P., & Adhi, I. M. 2018. Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Instagram dan Atribut Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Floating Market Lembung. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(2): 16–29.
- Muljadi, A. J., & Warman, A. 2010. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyati, Y., & Masruri. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu LPPM UMSB*, 13(1): 190–205.
- Pew Research. 2015. *The Countries With The 10 Largest Cristian Populations and The 10 Largest Muslim Populations*. Tersedia di <https://www.pewresearch.org>. Diakses tanggal 19 Oktober 2019.
- Priatmoko, S. 2017. Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1): 72–82.
- Priyadi, U. 2016. *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.
- Setiawan. 2019. Pariwisata Halal Indonesia Naik 45 Persen, Ini Kata Kemenpar. *Tempo*. Tersedia di <https://travel.tempo.co/read/1175351/pariwisata-halal-indonesia-naik-45-persen-ini-kiat-kemenpar/full&view=ok>. Diakses tanggal 3 November 2019.
- Soekadijo, R. G. 2003. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumayang, L. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M., & Octavia, V. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Susanthiasih, P., & Rusliani. 2017. Pelayanan dan Fasilitas Wisata Pulau Pahawang di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2): 123–135.
- Suwantoro. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Syafi'i. 2017. Kawasan Wisata Religi Makam Gus Dur Ditetapkan Sebagai yang Terbaik. *Faktual News*. Tersedia di <https://faktualnews.co/2017/11/21/kawasan-wisata-religi-makam-gus-dur-ditetapkan-terbaik/48409/>. Diakses tanggal 22 Oktober 2019
- Yoeti, O. A. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Pramita.