

**Pengaruh Pariwisata Syariah Dan Motivasi Berwisata Terhadap Kepuasan  
Wisatawan Pada Objek Wisata Syariah Museum Tsunami Aceh,  
Kota Banda Aceh**

**Andriansyah<sup>1</sup>, Beti Nasution<sup>2</sup>, Onan Marakali Siregar<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup>Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Sumatera Utara

e-mail: <sup>1</sup>andriansyahmn20@gmail.com, <sup>3</sup>onan@usu.ac.id

**Abstrak**

Perkembangan tren pariwisata untuk meningkatkan kepuasan menghadirkan jenis pariwisata yang cocok untuk wisatawan muslim, seperti pariwisata syariah. Selain pariwisata syariah, kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh motivasi wisatawan. Kepuasan wisatawan adalah persepsi harapan dengan apa yang dirasakan wisatawan terhadap suatu objek atau kegiatan. Kepuasan menjadi poin penting untuk keberlangsungan objek wisata, karena menyangkut langsung tentang layanan dan produk yang dirasakan wisatawan selama berwisata. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata syariah Di Museum Tsunami, Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 wisatawan (responden) yang pernah berkunjung ke Museum Tsunami, Banda Aceh, untuk teknik pemungutan sampel menggunakan *purposive sampling*. Bersumber pada hasil *software* analisis statistik menunjukkan bahwasanya secara parsial variabel pariwisata syariah berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dengan sumbangannya efektif sebesar 31,73%. Sementara variabel motivasi berwisata berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan dengan sumbangannya efektif sebesar 13,37%. Bersumber pada hasil *software* analisis statistik bahwasanya secara serentak variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan sebesar 50%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan sedang. Sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Pariwisata Syariah, Motivasi Berwisata, Kepuasan Wisatawan

**Abstract**

*The development of tourism trend for improving satisfaction present tourisms that suit for the moeslem tourist, including sharia tourism. Besides that, the satisfaction of tourists depends on the tourist's motivation. That satisfaction can be defined as the expectation of a tourist's feeling based on a tourism object or activity. Satisfaction becomes one of the keys to consider tourism continuity, because it comes from services and product quality that have been served to the tourist along it. Based on those points, this research's goal is to know the sharia tourism effect and travel's motivation for tourist satisfaction on Tsunami Museum sharia tourism. This research uses quantitative research method. Respondents that becoming the sample of this research are 96 tourists that have visited Banda Aceh's Tsunami Museum, with the*

*sampling technique using purposive sampling. Based on the result of analysis software, statistic show that partially, sharia tourism variables give a big impact to the tourist satisfaction with 31.73%. Along with that, travel motivation variable also partially give an impact with number of 13.37%. Looking at this result, cumulatively sharia tourism and travel motivation give an impact with the number of 50%. Can be simplified that both of them give a medium impact for tourism. And the rest of variables besides these are not mentioned on this research*

**Keywords:** *Sharia Tourism, Travel Motivation, Tourist Satisfaction*

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Orang-orang yang mengunjungi suatu tujuan wisata mengharapkan perjalanan yang unik dan menyenangkan. Maka dari itu pelaku usaha wisata sangat penting untuk mempelajari kebutuhan pasar wisata, sebagai aktivitas ekonomi yang berkembang, dan perlu untuk mengeksplorasi kebutuhan yang diinginkan pengunjung dan tingkat kepuasan mereka. Penelitian tentang pemasaran pariwisata berkaitan kepuasan wisatawan yang dilakukan di Ekuador [1] dalam penelitian tersebut menjelaskan dalam keberhasilan bisnis pariwisata harus melakukan evaluasi perbandingan antara harapan wisatawan dan pengalaman yang didapat oleh wisatawan selama perjalanan mereka, untuk menjaga kualitas layanan yang dirasakan.

Kepuasan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata dapat ditimbulkan dari perjalanan wisata yang diinginkan. Misalnya pariwisata yang ramah dan sesuai dengan kebutuhannya. Pengembangan tren pariwisata dalam meningkatkan minat dan kepuasan wisatawan yang ada di dunia terus berkembang. Faktor yang menjadi kepuasan wisatawan dalam melakukan perjalanan seperti rasa aman selama perjalanan dan berwisata, rasa nyaman saat berwisata, keramahan masyarakat dan para karyawan ketika berwisata, infrastruktur sesuai dengan harapannya dan sebagainya. Pariwisata halal atau di sebagian daerah dikenal dengan pariwisata syariah. Menurut Daly [2] dan Saputro, *et al* [3] menyatakan bahwa wisata halal dapat mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan. Pariwisata syariah merupakan pengembangan industri pariwisata untuk meningkatkan kemudahan wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan wisata. Selama ini banyak muslim traveler yang merasa kesulitan dalam memperoleh makanan halal dan tempat ibadah yang aman bagi mereka. Padahal beberapa tahun ini pertumbuhan wisatawan muslim menjadi salah satu segmen yang memberikan efek positif dalam industri pariwisata global. Dalam laporan Global Muslim Travel Index tahun 2016 [4] diperkirakan pada tahun 2015 ada 117 juta pelancong Muslim internasional yang melakukan perjalanannya. Ini diproyeksikan tumbuh menjadi 168 juta pada tahun 2020, di mana pengeluaran perjalanan oleh wisatawan Muslim diperkirakan melebihi U\$D 200 miliar. Namun dalam pengembangannya juga wisata halal ini juga menarik wisatawan yang berasal dari masyarakat non-muslim. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Battour [5] dan Ratnasari [6] menjelaskan bahwa produk pariwisata ini juga diminati oleh kalangan wisatawan yang bukan beragama islam. Dalam

pegembangannya produk parwisata halal merujuk pada ajaran islam dan membuang hal dapat memberikan dampak buruk untuk manusia

Kepuasan wisatawan yakni rangkuman atas jawaban dan perasaan atas berbagai tanggapan dari keseriusan yang dihadapi langsung dan jelas oleh para wisatawan atas berbagai aspek, baik dari segi aspek kepentingan, waktu khusus dan juga durasi yang mereka rasakan [7]. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan akan menikmati berwisata jika impian mereka sesuai dengan pengalaman pasca perjalanan sebaliknya wisatawan yang merasa impiannya tidak sesuai dengan kenyataan maka mereka akan merasa kecewa. Dari impian tersebut dapat menyebabkan dorongan motivasi pada calon wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah atau objek wisata. Hal ini dapat didukung oleh hasil penelitian Rahmiati *et al.*, [8] dan Battour, *et al* [9] bahwa proses kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh motivasi perjalanan. Motivasi merupakan langkah awal yang harus dihadapi oleh wisatawan dalam berbagai rangkaian untuk memenuhi kemauan fisik maupun psikologis. Oleh karena itu, motivasi ini dapat muncul dari berbagai segi, baik dari dalam diri langsung maupun berasal dari luar, seperti dari ajakan kawan berkumpul maupun dari rekan kerja di kantor yang bertujuan menginformasikan tentang produk dan jasa wisata yang dapat memenuhi hasrat dalam berwisata

Tabel 1. Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Aceh Tahun 2015 -2019

Kabupaten/ Kota	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Aceh Besar	41.348	466.742	574.079	527.207	500.476
Banda Aceh	267.880	268.103	272.194	372.503	482.322
Sabang	623.635	724.923	736.275	709.506	589.244
Lhokseumawe	87.854	59.315	60.006	60.366	140.751
Langsa	27.025	31.863	24.352	29.190	32.850

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh

Bersumber pada data tabel 1. Menerangkan bahwasanya tentang kunjungan wisatawan berbagai objek wisatawan ke kota dan kabupaten di Aceh. Berdasarkan data yang diperoleh dari Disbudpar Aceh, Banda Aceh merupakan kota yang jumlah pengunjung salah satu terbesar daripada kota dan kabupaten lainnya dan selama lima tahun terakhir jumlahnya terus mengalami kenaikan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut.

Kota Banda Aceh ada beberapa objek wisata yang telah menerapkan prinsip pariwisata syariah. Objek wisata syariah yang ada Di Kota Banda Aceh seperti Masjid Baiturrahman, Kapal PLTD Apung, Museum Tsunami dan objek wisata syariah lainnya yang ada di Banda Aceh. Alasan peneliti memilih Museum Tsunami sebagai objek penelitian dikarenakan objek wisata tersebut digadang pemerintah melalui Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (Disbudpar) sebagai wisata syariah, dan pada tahun 2019 Museum Tsunami mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini berbanding terbalik dengan tabel 1. yang mengalami peningkatan

wisatawan, sedangkan pada tabel 2. beberapa objek wisata mengalami penurunan wisatawan pada tahun 2019

Tabel 2. Kunjungan Wisatawan Domestic Dan Mancanegara Nusantara Pada Objek Wisata Syariah Di Banda Aceh Tahun 2016-2020

Objek Wisata	Tahun							
	2016		2017		2018		2019	
	Domestik	Manca-negara	Domestik	Manca-negara	Domestik	Manca-negara	Domestik	Manca-negara
Kapal di atas Rumah	50.718	48.883	20.742	53.534	372.503	20.897	67.329	29.227
Kapal PLTD Apung	443.926	104.045	17.366	523 257	495.067	15.335	354.977	13.854
Makam Tgk. Syiah Kuala	38.965	3.036	13.189	38.678	44.833	4.386	47.249	5.481
Masjid Raya Baiturrahman	3.511	4.752	12.968	25.632	18.398	13.049	15.929	18.078
Museum Tsunami	712.000		677.932	28.714	710.951	33.254	500.348	31.670

Sumber: BPS Kota Banda Aceh 2017-2020

Kesuksesan penerapan prinsip pariwisata syariah pada objek wisata perlu adanya dukungan dengan mengikutsertakan wisatawan. Wisatawan ini nantinya diharapkan dapat menghormati dan mematuhi prinsip-prinsip syariah ketika melakukan perjalanan wisata ke objek-objek wisata syariah yang ada, khususnya Di Kota Banda Aceh. Hal ini dijelaskan pada Fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN - MUI) tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam pedoman tersebut dijelaskan bahwa pengunjung maupun wisatawan menaati etika yang sesuai dengan syariat, dengan menjauhi dari segala perbuatan dan perilaku yang dapat menimbulkan kerusakan. Menurut Henderson, [10] beberapa perilaku wisatawan non-Muslim yang dapat dilihat sebagai ketidaknyamanan dan tidak pantas dalam konteks Muslim. Akibatnya, di beberapa destinasi, koeksistensi antara praktik pariwisata Muslim dan non-Muslim bisa menjadi masalah. Demikian pula, referensi eksplisit ke Syariah dapat menjadi penghalang bagi beberapa pelanggan Barat. Selain itu, ketidakpedulian terhadap praktik Muslim mungkin tidak memenuhi kebutuhan atau persyaratan wisatawan yang lebih taat beragama.

Keberhasilan dalam menjalankan pariwisata syariah dan motivasi wisatawan akan dapat menunjang perkembangan objek wisata daerah maupun nasional yang tidak hanya berorientasi pada komersialisasi tetapi juga untuk keuntungan yang bersifat materi seperti pendapatan daerah tetapi dapat meningkat popularitas dari daerah itu sendiri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chandra [11] menyatakan Pariwisata halal sudah pasti mendapatkan popularitas dan telah menjadi fenomena baru dalam industri pariwisata dan negara-negara di seluruh dunia tidak boleh melewatkannya kesempatan untuk memasuki pasar ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada peluang besar dalam penyelenggaraan Wisata Halal. Pada laporan

kinerja Tahun 2019 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Tahun [12], total persentase pencapaian target dengan realisasi terhadap kunjungan wisatawan mengalami fluktuatif selama empat tahun terakhir. Menurut laporan tersebut hal diakibatkan disebabkan beberapa faktor, diantaranya harga tiket pesawat yang meningkat, faktor cuaca yang tidak mendukung, rute penerbangan ke Aceh yang berkurang serta kurangnya *event* yang bertaraf skala besar, sehingga membuat daya tarik untuk memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke objek wisata menurun.

Tabel 3. Target, Realisasi dan Capaian Kunjungan Wisatawan Tahun 2016 s.d 2019

Sasaran Strategis	Indikator Kinerja	Target				Realisasi				% Capaian			
		2016	2017	2016	2016	2016	2016	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Terwujudnya Pengembangan KEPAR yang proporsional dan profesional	Kunjungan wisatawan	2.352 .448 org	2.489 .467 org	2.352 .448 org	2.990 .945 org	2.154 .246 org	2.364 .383 org	2.498 .249 org	2.636 .916 org	92,4	95	92	88

Sumber: Laporan Kinerja Tahun 2019, Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh

Bank Indonesia Lhokseumawe [13] pengembangan pariwisata Di Banda Aceh, khususnya Aceh masih mengalami hambatan. hambatan tersebut membuat investasi untuk pengembangan objek wisata Di Aceh menurun. Hambatan atau kendala yang dialami oleh objek wisata yang ada di sana seperti masih minimnya sumber daya, yang dapat berpengaruh pada kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Hambatan tersebut seperti akses pendukung toilet yang masih minim, tempat ibadah dan penginapan yang untuk wisatawan. Hambatan-hambatan yang ini dapat menimbulkan kurang kepuasan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata halal Di Kota Banda Aceh.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan memahami dan mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan Di Kota Banda Aceh. Sehingga peneliti memutuskan penelitian ini berjudul "Pengaruh Pariwisata Syariah Dan Motivasi Berwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Syariah Di Museum Tsunami Aceh, Banda Aceh"

Pada penelitian ini tujuan penelitian adalah: pertama, untuk mengatahui pariwisata syariah berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh pada Museum Tsunami Aceh. Kedua, untuk mengatahui motivasi berwisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh pada Museum Tsunami Aceh. Dan ketiga, untuk mengatahui pariwisata syariah dan motivasi berwisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh pada Museum Tsunami Aceh.

## Kajian Pustaka Pariwisata Syariah

Menurut Romli [14] pemahaman pariwisata yang berasas syariah, merujuk kepada pada wisata yang menyediakan servis bersifat menyenangkan namun masih dalam konteks kaidah *syar'i*. Sedangkan menurut Sucipto dan Andayani [15] menjelaskan bahwa pariwisata syariah merupakan perjalanan yang bertujuan mendapatkan kesenangan dengan tidak menyalahi dan melanggar nilai-nilai agama.

Menurut Kemenpar dan BPH DSN-MUI [16], dalam pelaksanaan pariwisata syariah ada etika umum yang harus diperhatikan, seperti:

- Pariwisata yang mengarah pada kemaslahatan umum
- Wisata yang dapat memberikan kesenangan dan kedamaian bagi para pengunjungnya
- Menjauhi kegiatan yang menduakan Allah SWT
- Menjauhi kegiatan yang bertentangan dengan nilai dan norma yang bertentangan dengan agama seperti, pornografi, perjudian, dan narkoba.
- Menjauhi perilaku hedonis dan asusila.
- Menjaga keamanan dan kenyamanan selama berwisata
- Menjaga dan tidak merusak lingkungan selama berwisata
- Menghormati nilai dan norma yang berlaku di tempat wisata

Pada Global Muslim Travel Index [4], yang disusun oleh Mastercard & CrescentRating pada tahun 2016 pun berhasil mengidentifikasi tiga kriteria utama wisata halal di dunia, yaitu:

- *Family-friendly holiday and safe travel destination*, (destinasi ramah keluarga).
- *Muslim-friendly services and facilities at the destination*, (layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim).
- *Halal awareness and destination marketing*, (kesadaran halal dan pemasaran destinasi).

## Motivasi Berwisata

Mountinho [17] mengartikan motivasi berwisata, satu konteks kepentingan, yang dapat menjadi sebuah dorongan seseorang ke arah aktivitas yang diyakini dapat menghadirkan kepuasan bagi dirinya. Sedangkan Menurut Stanford [18] motivasi ialah satu keadaan yang dapat menciptakan dorongan seseorang untuk dapat melakukan perjalanan ke berbagai tujuan.

### a. Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan

Dann [19] menjelaskan ada dua faktor yang dapat mendorong seseorang dalam berwisatanya, antara lain:

- 1) Faktor Pendorong atau *push factor*. Push factor merupakan sebuah kondisi yang mana seseorang sudah lelah dengan kegiatan sehari-harinya, lingkungan yang membosankan dan kesibukan pekerjaan, maka dari itu dia memerlukan perjalanan wisata atau piknik untuk melepas semua beban yang sedang dia pikul. Menurut Faulina *et al* [20] *Push factor* meliputi, yaitu:
  - *Socio-psychological*, Aspek socio-psychological ini terdiri dari, yaitu: ingin terbebas dari kegiatan sehari-hari, ingin relaksasi, eksplorasi, interaksi sosial, peningkatan hubungan, prestise.
  - *novelty-seeking*, mencari hal baru.

- *cultural experience*, pengalaman budaya.
  - *escape*, ingin terlepas dari kejemuhan dan kepadatan kegiatan sehari-hari.
- 2) Faktor Penarik (*pull factors*). Faktor ini keunikan, panorama alam disekitar wisata, keindahan seputar objek wisata dan atraksi wisata lainnya yang dapat mendatangkan dan menarik wisatawan ke objek wisata yang ditawarkan. Sedangkan menurut Jackson [21] *pull factors*, sebagai berikut:
- *Kondisi iklim*,
  - Adanya promosi secara nasional di sekitar objek wisata,
  - *Retail advertising*,
  - *Wholesale marketing*,
  - Kegiatan yang spesial, seperti perlombaan, peristiwa penting, dan sebagainya.
  - Mendapatkan bonus dari kantor untuk berlibur
  - Mengunjungi kawan atau teman di suatu daerah
  - Mengunjungi kerabat ataupun keluarga di suatu daerah
  - Atraksi pada objek wisata
  - Budaya
  - *Natural environment and man made environment*,

### Kepuasan Wisatawan

Menurut Andayani [22] kepuasan konsumen yaitu kesan yang diterima individu setelah menggunakan produk atau jasa dan kaitannya dengan harapan sebelum menggunakan produk dan jasa. Sedangkan menurut Ginting [23] kepuasan wisatawan sebuah tanggapan dan sensasi yang diterima selama berekreasi pada sebuah objek wisata.

Menurut Ali Hasan [24], kepuasan wisatawan secara signifikan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, ini didapatkan dari hasil evaluasi yang dirasakan oleh wisatawan secara langsung selama berwisata. Adapun faktor-faktor tersebut, yaitu:

- Keramahan masyarakat lokal (*host*) dan sikap karyawan terhadap wisatawan.
- Kualitas pelayanan.
- Akomodasi dan fasilitas.
- Budaya perilaku.
- konsumsi produk pariwisata .
- Harga.
- Biaya non moneter,

### Metode Penelitian

Penelitian asosiatif merupakan bentuk penelitian yang digunakan pada penelitian ini, sehingga pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan melalui kuesioner konvensional yang disebarluaskan kepada wisatawan yang melakukan kunjungan ke Museum Tsunami, Aceh. Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2020 s.d Januari 2021

Populasi merupakan kumpulan subjek yang memiliki kualitas dan ciri khas khusus yang masih berbentuk generalisasi yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari yang selanjutnya diambil kesimpulannya [25]. Yang menjadi populasi pada penelitian yaitu seluruh wisatawan Museum Tsunami Aceh yang sudah melakukan perjalanan wisata ke Museum Tsunami Aceh. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara jelas jumlahnya

Dalam menentukan sampel, penelitian ini menerapkan teknik pengumpulan sampel dengan cara *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* ini digunakan karena adanya pertimbangan tertentu dalam memilih sampel. Adapun pertimbangan dan kriteria sampel yang dalam peneliti ini, antara lain; pertama, Berusia minimal 17 tahun. Kedua, pernah berkunjung ke Museum Tsunami Minimal 2 kali.

Pada sebuah penelitian, jika jumlah populasi yang tidak diketahui secara jelas maka, maka sampel penelitian dapat dihitung menggunakan rumus [26], yaitu:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1.96

Moe : *Margin of Error Max*, yaitu tingkat jumlah maksimum pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sejumlah 10%.

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.1)^2}$$
$$n = 96.04$$

Maka dapat disimpulkan jumlah responden yang diteliti pada penelitian ini sebanyak 96.04 atau yang dibulatkan menjadi 96 responden.

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti, yang faktanya masih lemah, sehingga perlu pengujian secara empiris. Hipotesanya, yaitu:

- a. H<sub>a1</sub> : Variabel Pariwisata Syariah (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh
- b. H<sub>01</sub> : Variabel Pariwisata Syariah (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh
- c. H<sub>a2</sub> : Variabel Motivasi Berwisata (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh
- d. H<sub>02</sub> : Variabel Motivasi Berwisata (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh
- e. H<sub>a3</sub> : Variabel Pariwisata Syariah (X<sub>1</sub>) dan Motivasi Berwisata (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh
- f. H<sub>03</sub> : Variabel Pariwisata Syariah (X<sub>1</sub>) dan Motivasi Berwisata (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh

**Hasil Dan Pembahasan****Hasil Penelitian****1. Uji-T**

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,949	5,049		,188	,851
	Pariwisata Syariah	,338	,067	,473	5,080	,000
	Motivasi Berwisata	,364	,107	,316	3,399	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Bersumber pada hasil uji menggunakan analisis statistika SPSS diperoleh untuk pengaruh variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sejumlah  $5,080 > t_{tabel}$  sebesar 1,986, dan serta angka untuk tingkat signifikansi sejumlah  $0,000 < 0,05$ , dan serta nilai koefisien regresi untuk pariwisata syariah diperoleh angka sebesar 0,338. Maka dari itu ini menunjukkan variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) secara positif berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ), sehingga hasil yang didapatkan bahwa hipotesa  $H_a1$  diterima.
- Pada perhitungan SPSS, untuk variabel motivasi berwisata ( $X_2$ ) terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ) didapatkan untuk nilai  $t_{hitung}$  sejumlah  $3,399 > t_{tabel}$  sebesar 1,986, dan juga untuk nilai signifikansinya diperoleh angka sebesar  $0,001 < 0,05$  dan serta nilai koefisien regresinya diperoleh sebesar 0,364. Maka dari itu ini menunjukkan variabel motivasi berwisata ( $X_2$ ) secara positif berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ), sehingga hasil yang didapatkan bahwa hipotesa  $H_a2$  diterima

**2. Uji F**

Hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak dapat dijelaskan pada tabel 5, sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1760,027	2	880,014	48,582	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1684,598	93	18,114		
	Total	3444,625	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Motivasi Berwisata, Pariwisata Syariah
---

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2021)

Bersumber pada data tabel 5 diperoleh angka secara serentak untuk pengujian variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata kepada variabel kepuasan wisatawan sejumlah 48,582. Maka dari itu untuk nilai  $f_{hitung}$   $48,582 > f_{tabel} 2,70$  dan serta nilai tingkat signifikansi diperoleh angka sejumlah  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat ditetapkan bahwa pariwisata syariah dan motivasi berwisata secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan wisatawan. Maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima.

### 3. Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR)

Berikut perhitungan hasil sumbangan efektif dan sumbangan relatif, sebagai berikut:

Tabel 6. Perhitungan Koefisien Determinasi Melalui Sumbangan Efektif

Variabel	Nilai Beta	Nilai Korelasi X dan Y	Kontribusi (%)	R Square
Pariwisata Syariah	0,473	0,671	31,73	,511
Motivasi Berwisata	0,316	0,613	19,37	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Dari tabel 6 diketahui sumbangan efektif dari variabel pariwisata syariah terhadap kepuasan wisatawan adalah 31,73% sementara variabel motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan adalah 19,37%. Hasil total sumbangan efektif dari kedua prediktor adalah 51,1%, dan juga dengan nilai *R Square* yakni 51,1% sedangkan sisanya dapat diterangkan oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

- Sumbangan relatif variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ )  
$$\begin{aligned} SR(X_1) \% &= SE(X_1) \% / R^2 \\ &= 31,73\% / 51,1\% \\ &= 62,09\% \end{aligned}$$
- Sumbangan relatif variabel motivasi berwisata ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ )  
$$\begin{aligned} SR(X_2) \% &= SE(X_2) \% / R^2 \\ &= 19,37\% / 51,1\% \\ &= 37,91\% \end{aligned}$$
- Sumbangan relatif total variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) dan motivasi berwisata ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ )  
$$\begin{aligned} SR \text{ total} &= SR(X_1)\% + SR(X_2)\% \\ &= 62,09\% + 37,91\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

Bersumber pada kalkulasi di atas didapatkan sumbangan relatif pariwisata syariah terhadap variabel kepuasan wisatawan yaitu sejumlah 62,09% sedangkan

untuk sumbangan relatif motivasi berwisata untuk kepuasan wisatawan adalah sejumlah 32,91 %. Sehingga diperoleh SR totalnya sebesar 100% atau 1.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian hasil Koefisien Determinasi dapat dijelaskan pada tabel 7, sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 <sup>a</sup>	,511	,500	4,256

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwisata, Pariwisata Syariah

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 8. Hubungan Antar Variabel

Nilai	Interpretasi
0,0 – 0,19	Sangat Tidak Erat
0,2 – 0,39	Tidak Erat
0,4 – 0,59	Cukup Erat
0,6 – 0,79	Erat
0,8 – 0,99	Sangat Erat

Sumber: Situmorang dan Lutfi, [27]

Berdasarkan tabel 7. dapat disimpulkan bahwa:

1. Bersumber pada tabel 7. diperoleh untuk nilai R yaitu sejumlah 0,715 atau dengan persentase sebesar 71,5%. Ini memperlihatkan bahwasanya hubungan variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan dapat dijelaskan dengan interpretasi kategori erat.
2. Bersumber pada hasil perolehan nilai *Adjusted R Square* didapatkan jumlah sebesar 0,500 (50%). Ini dapat disimpulkan bahwasanya tingkat pengaruh variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan sebesar 50%. Dan sisanya dapat ditemukan pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Pariwisata Syariah Terhadap Kepuasan Wisatawan

Pariwisata syariah merupakan perjalanan wisata yang dapat memberikan kemaslahatan dan kebahagian dalam perjalanan. Pengembangan pariwisata syariah ini merupakan peningkatan kebutuhan wisatawan untuk memenuhi kepuasan wisatawan. Hal ini tidak terlepas dari adanya pengaruh layanan yang ramah bagi wisatawan khususnya wisatawan muslim. Kehadiran pariwisata syariah ini dihadirkan kepada wisatawan muslim untuk memudahkan wisatawan muslim selama berwisata, seperti tempat beribadah, kemudahan menemukan makanan halal dan sebagainya. Tingkat kepuasan wisatawan terhadap berwisata syariah, karena pada objek wisata syariah ini menawarkan wisata yang ramah bagi keluarga dan

juga aman dikunjungi bersama. Karena pada pengembangan pariwisata ini memiliki konsep yang berikhtiar untuk mewujudkan wisata yang nyaman, aman, dan memberikan kemaslahatan bagi setiap pengunjungnya.

Bersumber pada pengolahan statistik diperoleh bahwa hipotesa Ha1 diterima ini menunjukkan bahwasanya pariwisata syariah berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan di Museum Tsunami, Kota Banda Aceh. Ini dapat dibuktikan dalam hasil perhitungan uji parsial yang memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebanyak  $5,080 > t_{tabel} 1,986$ . Dalam perhitungan statistik juga diperoleh angka untuk tingkat signifikansi sejumlah  $0,000 < 0,05$ , dan serta nilai koefisien regresi untuk pariwisata syariah diperoleh angka sebesar 0,338. Sehingga dalam penelitian ini sesuai dan mendukung pendapat dari Awalia [28], Sucipto dan Andayani dalam Sumiati, [15] , pariwisata syariah merupakan perjalanan wisata yang pada prosesnya untuk berkreasi demi memperoleh kebahagiaan dan kemanfaatan dalam berwisata, yang pada kegiatan layanan wisatanya sesuai dengan ajaran syariat Islam. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Saputro, *et. al* [3] , pada tahun 2018 dan juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Daly [2] pada 2019, yang dapat disimpulkan bahwa variabel pariwisata syariah berpengaruh kepuasan wisatawan.

Sumbangan efektif dari variabel pariwisata syariah terhadap kepuasan wisatawan adalah 31,73% dan sumbangan relatif (SR) variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) terhadap variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ) adalah sebesar 62,09 %. Hal ini berarti variabel pariwisata syariah ( $X_1$ ) dengan indikator: tempat wisata yang ramah bagi keluarga, keamanan, kunjungan wisatawan muslim, pelayanan, makanan halal, keterjangkauan tempat ibadah, kemaslahatan, menjaga perilaku dan menghormati nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

## 2. Pengaruh Motivasi Berwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan

Selain pariwisata syariah, kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh Motivasi berwisata. Motivasi berwisata muncul karena ingin mendapatkan rasa kegembiraan atau kesenangan untuk dirinya maupun kelompoknya. Motivasi ini dapat muncul dari berbagai alasan seperti ingin memuaskan diri sendiri atau karena pengaruh dari luar, misalnya mendapatkan tiket liburan dari lomba atau dari kantor, maupun alasan lainnya yang dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan berwisata atau berlibur. Ini berarti bahwa permintaan adalah tentang menggunakan pariwisata sebagai bentuk konsumsi untuk mencapai tingkat kepuasan bagi individu, dan melibatkan pemahaman perilaku dan tindakan mereka dan apa yang membentuk karakteristik manusia tersebut.

Bersumber pada perhitungan melalui software analisis statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa Ha2 dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil yang diperoleh yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 3,399 > t_{tabel} 1,986$ , selain itu juga diperoleh nilai signifikansinya sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan juga untuk nilai koefisiensi regresi untuk motivasi berwisata adalah 0,364. Maka dapat dijelaskan bahwa variabel motivasi berwisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung pendapat dari Mountinho [17], Motivasi adalah keadaan dan kondisi, yang mendorong dan yang dapat menarik individu dan kelompok untuk berwisata untuk memenuhi

kepuasan keinginan wisata mereka. Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Battour, et. al. [9] pada tahun 2014 di malaysia. Mereka melakukan penelitian yang berjudul *Islamic Tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia*. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan berdasarkan uji statistik bahwa variabel faktor pendorong dan faktor penarik motivasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini disebabkan, karena dalam atribut destinasi dan rasa puas wisatawan adanya keterkaitan secara khusus dan langsung yang bersifat secara menyeluruh. Menentukan atribut destinasi yang dapat digemari wisatawan, dapat membantu pemasar destinasi merancang dan mengembangkan layanan dan produk ke arah yang lebih baik. Sumbangan efektif dalam variabel motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan adalah 19,37%, sedangkan untuk nilai sumbangan relatif bagi motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan diperoleh sebesar 32,91%. Sehingga dari semua penjelasan tersebut dapat dijelaskan bahwasanya motivasi berwisata dengan indikator, yaitu pull factor dan push factor dapat dikatakan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan wisatawan

### 3. Pengaruh Pariwisata Syariah dan Motivasi Berwisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Secara keseluruhan bahwa pariwisata syariah serta motivasi berwisata merupakan bagian yang esensial bagi kepuasan wisatawan. Dengan adanya wisata syariah dan motivasi berwisata dapat menumbuhkan kepuasan dari wisatawan. Kepuasan yaitu tingkatan persepsi yang muncul ketika seseorang membandingkan antara kinerja yang didapatkan dengan harapan yang ingin diharapkan [29]. Dalam mewujudkan layanan yang unggul yang sesuai dengan keinginan dan harapan para wisatawan maka, maka pihak pengelola harus menyadari kebutuhan yang diinginkan oleh wisatawan, sehingga dengan harapan mereka dapat muncul rasa loyalitas untuk berwisata kembali ke objek wisata syariah di Museum Tsunami, Banda Aceh. Wisatawan atau pengunjung yang puas terhadap pelayanan di tempat wisata cenderung untuk kembali untuk mengunjungi objek wisata tersebut di kemudian hari dan memungkinkan mengajak teman atau saudara mereka untuk berkunjung ke objek wisata yang ada. Maka dari itu kepuasan merupakan faktor kunci bagi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha wisata.

Bersumber pada perhitungan melalui *software* analisis statistik, didapatkan bahwasanya hipotesa Ha3 dapat diterima. Hal ini dapat diterangkan dengan jelas dalam pengujian secara serentak variabel pariwisata syariah bersama variabel motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan dengan diperoleh nilai  $f_{hitung}$   $48,582 > f_{tabel} 2,70$  dan juga dengan nilai tingkat signifikansi diperoleh  $0,000 < 0,05$  dengan besaran hubungan variabel tersebut mencapai 71,5% dengan keterangan keterhubungannya dapat dikategorikan erat. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata syariah pada Museum Tsunami, Banda Aceh. Hal ini diterangkan juga dengan hasil yang diperoleh pada pengujian Koefisien Determinasi diperoleh 0,500. Nilai dapat dijelaskan bahwa pengaruh serentak variabel bebas terhadap variabel tetap sebesar 50%, sedangkan 50% lainnya

dapat dijelaskan dengan variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung pendapat Ginting, [23] dan Tjiptono [29] dari Kepuasan Wisatawan sebagai variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah reaksi atau persepsi yang dirasakan wisatawan terhadap pelayanan dan keadaan sekitarnya selama melaksanakan wisata dan setelah melakukan berwisata. Pada keadaan ini juga sepaham dengan penelitian yang dilakukan oleh Busyari pada tahun 2020 di objek wisata Lombok. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan pengaruh antara motivasi wisata dan wisata halal terhadap kepuasan wisatawan yang dapat dibuktikan dengan pengujian secara simultan.

### Kesimpulan dan Saran

Bersumber pada hasil pengolahan data dan pembahasan tentang pengaruh pariwisata syariah dan motivasi berwisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata syariah Di Museum Tsunami Aceh, Kota Banda Aceh, maka dapat disimpulkan seperti berikut: Pertama, variabel pariwisata syariah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Museum Tsunami, di Banda Aceh. Kedua, variabel motivasi berwisata berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan Di Museum Tsunami, di Banda Aceh. Ketiga, variabel pariwisata syariah dan motivasi berwisata berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Di Museum Tsunami Aceh, di Banda Aceh.

Saran yang dapat diberikan, sebagai berikut: Pertama, Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata dan Museum Tsunami dapat meningkatkan layanan seperti menyediakan atribut untuk keperluan wisatawan non-muslim yang berkunjung masih kurangnya pilihan menu makanan yang ditawarkan di sekitar objek wisata syariah khususnya Museum Tsunami Aceh selain itu juga ada beberapa fasilitas seperti penunjuk arah. Kemudian selain itu perlu memperhatikan untuk para wisatawan atau pengunjung kaum difabel, pada penelitian yang dilakukan Di Museum Tsunami mereka menyediakan prasarana seperti kursi roda yang nantinya dapat digunakan oleh wisatawan yang membutuhkan seperti difabel atau wisatawan lain yang membutuhkannya. Kedua, Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata dan Museum Tsunami dan meningkatkan atraksi-atraksi di sekitar tempat wisata sehingga dapat lebih menarik minat motivasi berwisata bagi setiap wisatawan yang membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas dari mereka terhadap objek wisata yang mereka kunjungan. Misalnya Di Museum Tsunami Aceh mereka dapat menambahkan atribut-atribut seputar peninggalan atau dokumentasi tentang kejadian saat Tsunami Aceh yang terjadi pada akhir tahun 2004. Selain itu juga pihak museum dapat mempertahankan lingkungan sekitar museum seperti ketersediaan fasilitas-fasilitas seperti kursi dan tong sampah agar kebersihan di sekitar Museum Tsunami Aceh dapat terjaga.

### Daftar Pustaka

- [1] J. C. Castro, M. Quisimalin, C. de Pablos, V. Gancino, and J. Jerez, "Tourism Marketing: Measuring Tourist Satisfaction," *J. Serv. Sci. Manag.*, vol. 10, no. 03, pp. 280–308, 2017, doi: 10.4236/jssm.2017.103023.
- [2] F. P. Daly, *Pengaruh Wisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke*

- Kota Banda Aceh. UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.
- [3] M. S. D. Saputro, Y. Wardi, and A. Abror, "The Effect of Halal Tourism on Customer Satisfaction," *Adv. Econ. Bus. Manag. Res.*, 2018, doi: 10.2991/piceeba-18.2018.57.
- [4] MasterCard & CrescentRating, "Global Muslim Travel Index 2016," 2016.
- [5] M. Battour, F. Hakimian, M. Ismail, and E. Boğan, "The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia," *J. Islam. Mark.*, vol. 9, no. 4, pp. 823–840, 2018, doi: 10.1108/JIMA-07-2017-0072.
- [6] R. T. Ratnasari, "Halal Tourism Based on Value Creation," *al-Uqud J. Islam. Econ.*, vol. 4, no. 2, pp. 268–284, 2020.
- [7] R. L. Oliver and J. E. Swan, "Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach," *J. Mark.*, vol. 53, no. 2, p. 21, 1989, doi: 10.2307/1251411.
- [8] F. Rahmiati, N. A. Othman, and V. Bonavisi, "Travel Motivation and Domestic Tourist Satisfaction in Bali, Indonesia," *Int. J. Bus. Stud.*, vol. 2, no. 2, pp. 105–110, 2018, doi: 10.32924/ijbs.v2i2.58.
- [9] M. Battour, M. N. Ismail, M. Battor, and M. Awais, "Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia," *Curr. Issues Tour.*, vol. 20, no. 1, pp. 50–67, 2017, doi: 10.1080/13683500.2014.965665.
- [10] M. Carboni, C. Perelli, and G. Sistu, "Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? Insights from Djerba," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 11, pp. 1–9, 2014.
- [11] G. R. Chandra, "Halal Tourism; a New Goldmine for Tourism," *Int. J. Bus. Manag. Res.*, vol. 4, no. 6, pp. 45–61, 2014.
- [12] Dinas kebudayaan dan Pariwisata, "Laporan Kinerja (LKJ) Tahun 2019," Aceh, 2020. [Online]. Available: <http://disbudpar.acehprov.go.id/ppid/>.
- [13] Masriadi, "Temuan BI Lhokseumawe, Ini Kendala Pengembangan Pariwisata Aceh," 2018. [Online]. Available: <https://travel.kompas.com/read/2018/07/18/172200827/temuan-bi-lhokseumawe-ini-kendala-pengembangan-pariwisata-aceh>.
- [14] U. Priyadi, *Pariwisata Syariah: Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- [15] D. Sumiati, "Intercultural Communication Based on Local Wisdom That Made the People of Bali Reject Sharia Tourism," *Asian J. Media Commun.*, vol. 1, no. 2, pp. 137–146, 2017.
- [16] S. Sutikno, A. Kamil, and M. S. Hanapi, "Madura Development Plan As A Destination Syariah Indonesia Tourism," *Amwaluna J. Ekon. dan Keuang. Syariah*, vol. 4, no. 1, pp. 127–138, 2020.
- [17] S. Page, *Tourism management: Managing for change third edition*. Oxford: Routledge, 2009.
- [18] I. G. B. R. Utama, *Pemasaran Pariwisata*, Yogyakarta. Andi, 2017.
- [19] G. F. Ross, *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- [20] F. Faulina, E. Siregar, V. Novita, and S. Arimbi, "Push and pull motivations on halal tourism," *J. Indones. Tour. Dev. Stud.*, vol. 8, no. 2, pp. 71–78, 2020.
- [21] I. J. Sudaryanti and R. Rosita, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung," *J. Manaj. Resort dan Leis.*, vol. 12, no. 1, 2015.
- [22] N. Lu. H. Andayani, *Manajemen Pemasaran pariwisata*. Singaraja, 2014.
- [23] P. Ginting, *Pemasaran pariwisata: studi empiris tentang kepuasan dan kunjungan berkelanjutan pariwisata Sumatera Utara*. Medan: USU Press, 2005.
- [24] I. K. Suwena and I. G. N. Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Penerbit Andi, 2017.
- [25] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [26] S. V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- [27] S. H. Situmorang and M. Lutfi, "Analisis Data. Edisi ke 3." USU Press Medan, 2014.
- [28] H. Awalia, "Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia," *J. Stud. Komun. (Indonesian J. Commun. Stud.)*, vol. 1, no. 1, pp. 19–30, 2017, doi: 10.25139/jsk.v1i1.64.
- [29] F. Tjiptono, "Service Management Mewujudkan Layanan Prima (III)," *Andi Offset*, 2017.