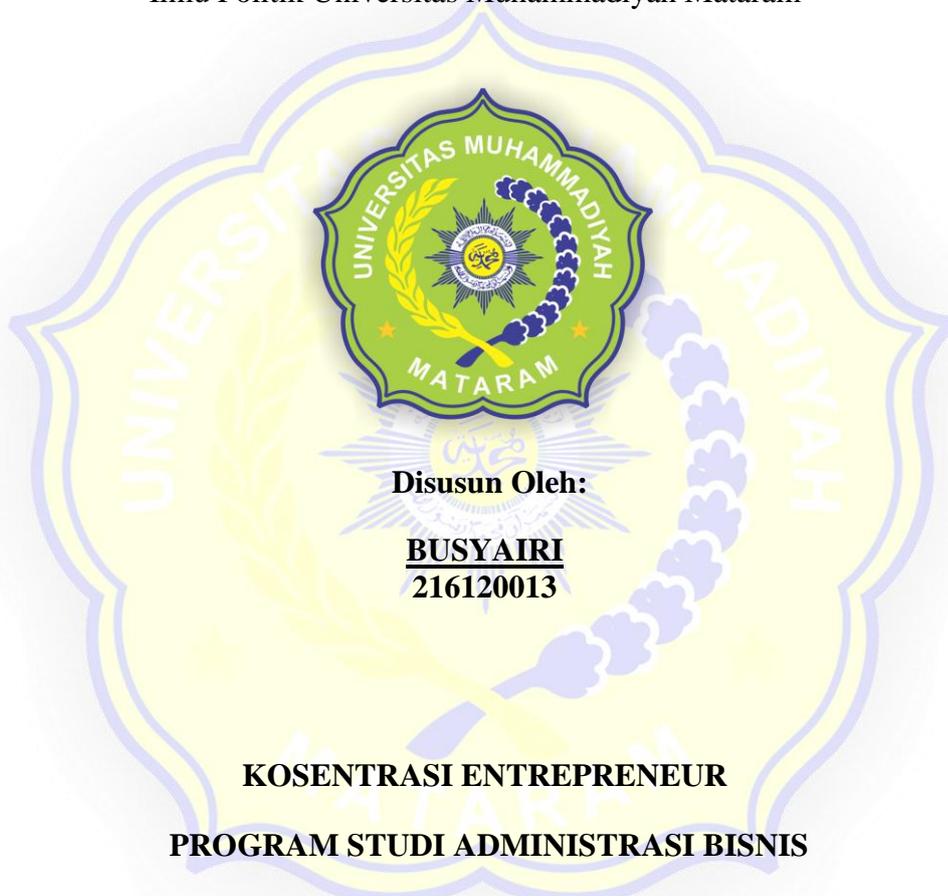


SKRIPSI
PENGARUH MOTIVASI WISATA DAN PARIWISATA HALAL
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI LOMBOK

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Administrasi
Bisnis (S.AB) Pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram



KOSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

TAHUN 2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MOTIVASI WISATA DAN PARIWISATA HALAL
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI LOMBOK**

SKRIPSI

Oleh:

BUSYAIRI

216120013

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis (S.AB) Pada Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Mataram

Telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan:

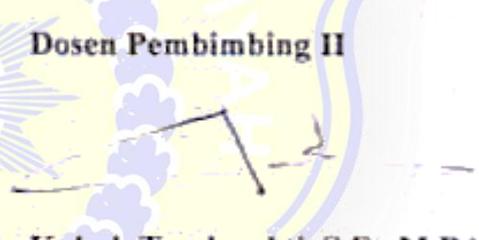
Mataram, 10 Februari 2020

Dosen Pembimbing



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN.0806066801

Dosen Pembimbing II



Kuku Tondovekti, S.E., M.BA
NIDN.0814128401

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Ketua



Isifu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pengaruh Motivasi Wisata dan Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan di Lombok" telah disetujui oleh dewan penguji skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis (S.AB), pada Program Studi Administrasi Bisnis.

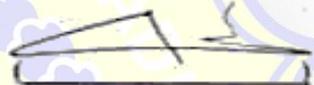
Mataram 10 Februari 2020

Tim Penguji

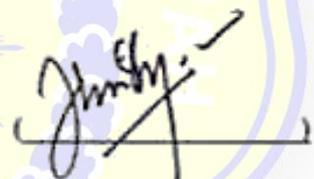
Dr. H. Muhammad Ali, M.Si (PU)
NIDN. 0806066801



Kukuh Tondovekti, S.E., M.BA (PP)
NIDN. 0814128401

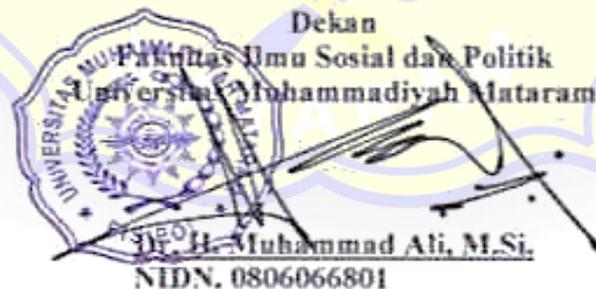


Drs. H. Junaidy AM., M.P (PN)
NIDN. 0819125701



Mengetahui

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BUSYAIRI

NIM : 216120013

Jenjang : S1

Konsentrasi/Prodi : Entrepreneur/Administrasi Bisnis

Judul Skripsi :“PENGARUH MOTIVASI WISATA DAN PARIWISATA HALAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI LOMBOK”

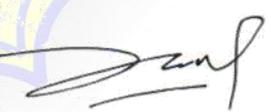
Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 10 Februari 2020

Yang membuat pernyataan




BUSYAIRI
216120013



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : BUSYAIRI
NIM : 216120013
Tempat/Tgl Lahir : Gumanar 19 April 1996
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fkip
No. Hp/Email : 085330870029
Judul Penelitian : -

Pengaruh motivasi wisata dan Pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan di Lombok

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 30 %

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya *bersedia menerima sanksi* sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram
Pada tanggal : 15/02/2020

Penulis



NIM. 216120013

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : BUSYAIRA
NIM : 216120013
Tempat/Tgl Lahir : Gumantar 10 April 1996
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 085338870029
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh motivasi wisata dan pariwisata lokal terhadap kerohanian wicatanan di Lombok

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal :

Penulis



NIM. 216120013

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

RIWAYAT HIDUP



BUSYAIRI yang biasa dipanggil ERI. Dilahirkan di Kabupaten Lombok Utara tepatnya di Dusun Gumantar Desa Gumantar Kecamatan Kayangan pada hari jum'at 19 april 1996. Anak kedua dari tiga bersaudara. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 2 Gumantar Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara pada tahun 2009. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan di SMPI Nurul Hikmah Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat dan tamat pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMKI Nurul Hikmah dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMAT) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Motto

Never explain yourself to anyone
the person who likes you doesn't need it
And the person who dislikes you won't believe it



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT. Taburan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu dan mengenalkanku dengan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW.
2. Mama, Bapak tercinta. Sebagai tanda bakti, hormat dan tanda terimakasih yang tiada terhingga, kupersembahkan karya kecil ini kepada mamaku tersayang (Harniah), Bapak ku tercinta (Basri) yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tidak mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat mama dan bapak bahagia, karena aku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih untuk kalian.
3. My lovely sisters, untuk kakakku (Titin Fitriani S.Pd) dan adikku (Feti Risna), tiada yang paling mengharukan saat berkumpul bersama kalian meskipun sering bertengkar tapi itu adalah warna yang tak akan tergantikan. Terimakasih atas do'a dan bantuan kalian selama ini.
4. Dosen pembimbing tugas akhir saya, Bapak Dr. H. Muhammd Ali, M.Si, Bapak Kukuh Tondoyekti, S.E., M.BA dan Bapak Wahyu Krisnahadi, S.E., MM selaku dosen pembimbing tugas akhir dan Bapak Drs. H. Junaidy, AM., M.P selaku penguji netral saya. Trimakaih banyak atas bantuan bapak selama

ini sudah memberi nasehat dan sabar dalam membimbing saya. Saya tidak akan lupa atas bantuan bapak.

5. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terimakasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berharga yang telah bapak ibu berikan kepada kami.
6. Tman-teman angkatan 2016 (Entrepreneur/Administrasi Bisnis) dan (Perbankan/Administrasi Bisnis). Terimakasih untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini. Sukses untuk kita semua.



PENGARUH MOTIVASI WISATA DAN PARIWISATA HALAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI LOMBOK

BUSYAIRI

Jurusan Entrepreneur Prodi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Pagesangan-Mataram

Pembimbing I : Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
Pembimbing II : Kukuh Tondoyekti, S.E., M.BA

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar negara. Penelitian ini membahas tentang pengaruh motivasi wisata dan istilah pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan di Lombok. Lombok dikenal dengan pulau seribu masjid yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam. Pulau ini mempunyai banyak destinasi wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata seni, sentra kerajinan, dan wisata religi. Perpaduan agama dan pariwisata yang harmonis membuat Lombok memperoleh penghargaan sebagai *the world best halal tourism*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Penelitian ini menunjukkan motivasi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan istilah pariwisata halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Motivasi wisata yang memberikan kepuasan kepada wisatawan meliputi motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal, dan motivasi status dan prestise. Meskipun penggunaan istilah pariwisata halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, atribut nyata seperti keberadaan masjid dan ketersediaan makanan halal perlu diperhatikan untuk memberikan layanan kepada wisatawan muslim, sehingga secara simultan motivasi wisata dan pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata kunci: motivasi wisata, pariwisata halal, kepuasan wisatawan

**EFFECT OF TOURISM MOTIVATION AND HALAL TOURISM
AGAINST TOURISM SATISFACTION IN LOMBOK**

BUSYAIRI

**Department of Entrepreneurship in Business Administration Study Program
Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University,
Mataram**

Pagesangan-Mataram

Advisor I: Dr. H. Muhammad Ali, M.Si

Advisor II: Kukuh Tondoyekti, S.E., M.BA

ABSTRACT

The tourism sector is one of the country's biggest sources of income. This study discusses the influence of tourism motivation and the term halal tourism on tourist satisfaction in Lombok. Lombok is known as the island of a thousand mosques which have a majority Muslim population. This island has many tourist destinations, such as nature tourism, cultural tourism, art tourism, craft centers, and religious tourism. A harmonious combination of religion and tourism has won Lombok an award as the world's best halal tourism. The research method used is a quantitative method.

This study shows that tourism motivation has a significant effect on tourist satisfaction, and the term halal tourism has no significant effect on tourist satisfaction. Tourist motivation that gives satisfaction to tourists includes physical motivation, cultural motivation, interpersonal motivation, and status and prestige motivation. Although the use of the term halal tourism does not significantly influence tourist satisfaction, tangible attributes such as the existence of mosques and the availability of halal food need to be considered to provide services to Muslim tourists, so that simultaneous motivation for tourism and halal tourism has a significant effect on tourist satisfaction.

Keywords: tourism motivation, halal tourism, tourist satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

Skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS konsentrasi ENTREPRENEUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan do'a dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

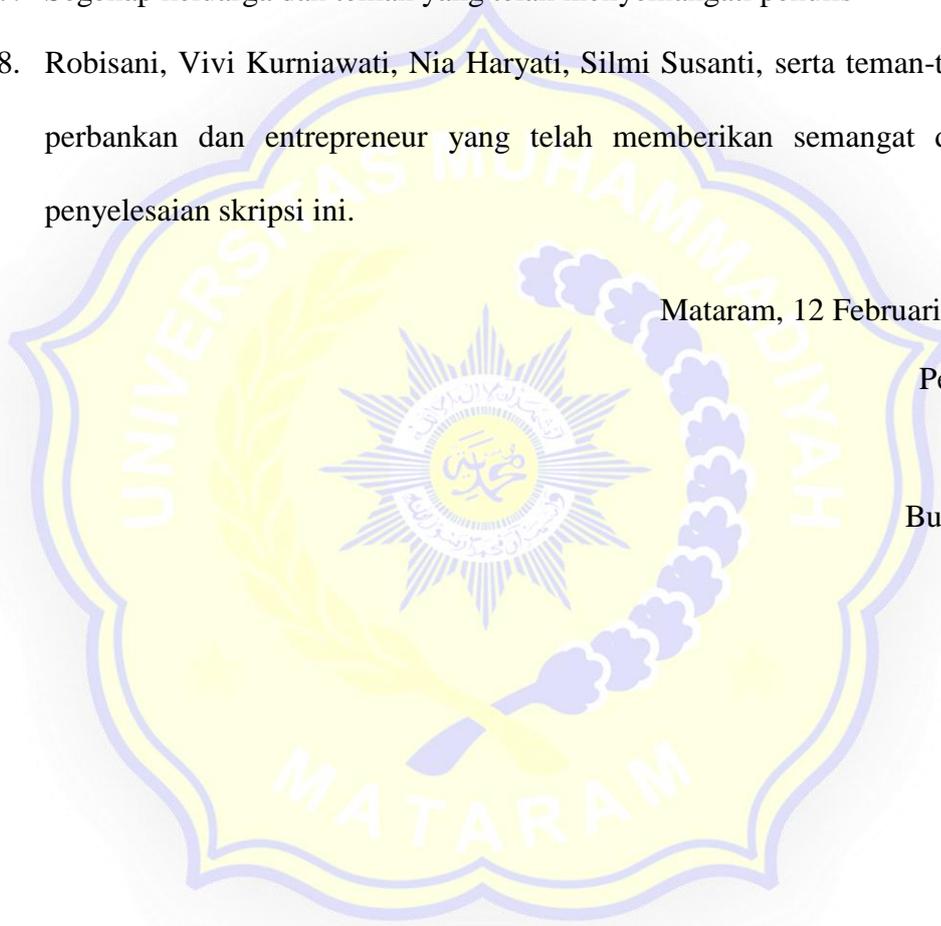
1. Dr. H. Arsyad Abd. Gani., M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Dr, H, Muhammad Ali., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus sebagai pembimbing satu penulis (utama)
3. Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM selaku ketua program studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram

4. Kukuh Tondoyekti, S.E., M.BA selaku pmbimbing dua penulis (pendamping)
5. Drs. H. Junaidy AM., M.P selaku penguji netral pnulis
6. Kedua orang tua, yang telah mmberikan dukungan baik moril maupun materil serta do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
7. Segenap keluarga dan teman yang telah menyemangati penulis
8. Robisani, Vivi Kurniawati, Nia Haryati, Silmi Susanti, serta teman-teman perbankan dan entrepreneur yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Mataram, 12 Februari 2020

Penulis

Busyairi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGSAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Teori Motivasi Wisatawan.....	14
2.3. Pentingnya Memahami Motivasi Wisatawan	19

2.4. Teori Pariwisata Halal	20
2.5. Kepuasan Wisatawan.....	24
2.6. Kerangka Konsep	25
2.7. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Pendekatan Penelitian.....	27
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3. Operasional Variabel	28
3.4. Populasi dan Sampel.....	31
3.5. Sumber dan Jenis Data	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data	33
3.7. Teknik Analisa Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum	43
4.2. Deskripsi Data Penelitian	46
4.3. Hasil Pengujian	54
4.4. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Temuan Penelitian Trdahulu	12
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2 Oprasional Variabel Motivasi Wisata	28
Tabel 3.3 Oprasional Variabel Pariwisata Halal	29
Tabel 3.4 Oprasional Variabel Kepuasan Wisatawan	30
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Koesioner	34
Tabel 3.6 Nilai Koefisien Korelasi “r” Taraf Sig 5% dan 1%	35
Tabel 3.7 Kritria Tingkat Reliabilitas.....	37
Tabel 4.1 Luas Wilayah Lombok Perkabupaten/Kota	44
Tabel 4.2 Profil Responden	47
Tabel 4.3 Hasil Koesioner	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.6 Uji Normalitas	58
Tabel 4.7 Uji Linieritas	59
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.12 Uji Koefisien Regresi	65
Tabel 4.13 Uji T	66
Tabel 4.14 Uji F.....	67

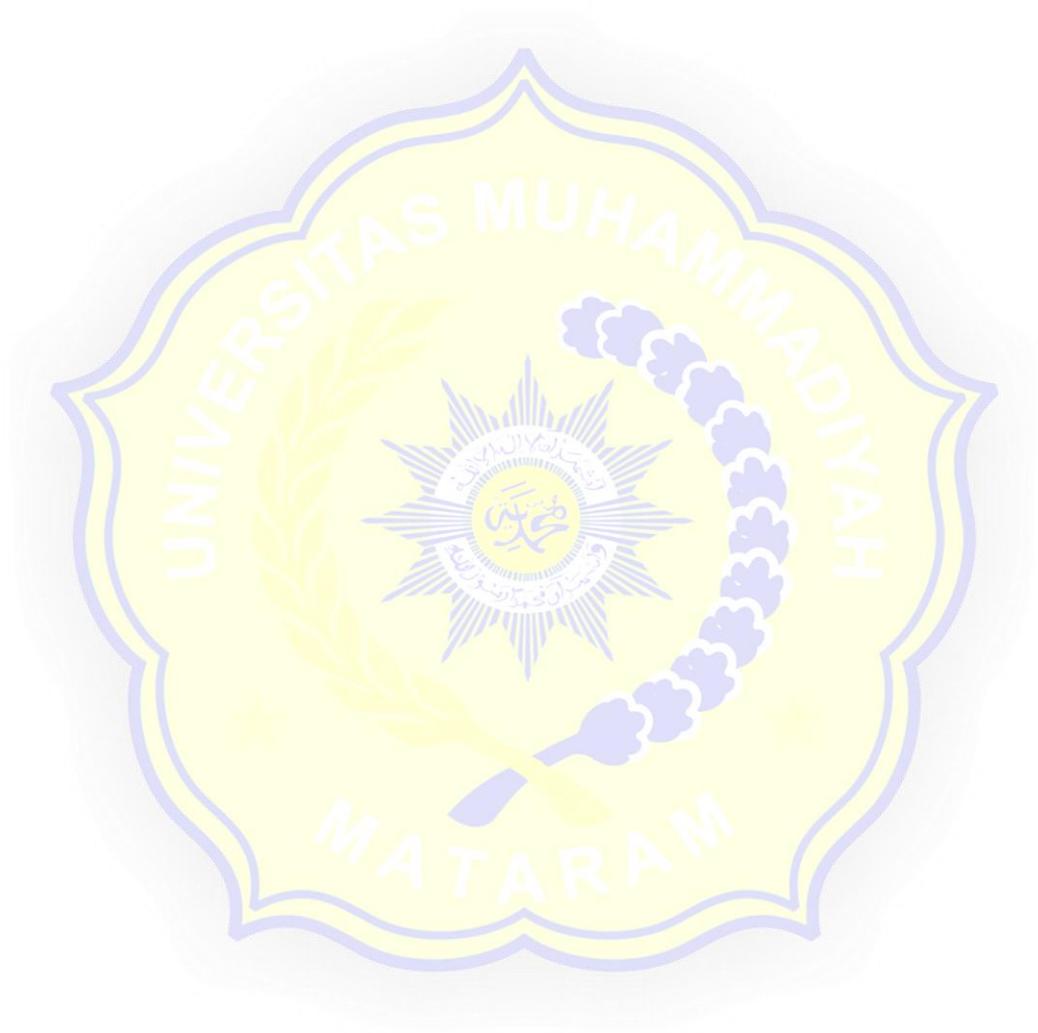
DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Pertumbuhan Populasi Berdasarkan Agama	4
Diagram 1.2 Top 10 Countries Score 2017, 2018 dan 2019	6
Diagram 2.1 Motivasi Wisatawan	15



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	25
--------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sejarah mencatat bahwa manusia selalu ingin bepergian karena adanya rasa ingin tahu yang sudah menjadi dasar manusia sehingga menyebabkan manusia ingin menjelajahi lingkungan baru dan mencari pengalaman baru. Rasa ingin tahu tersebut merupakan salah satu penyebab dasar mengapa orang ingin bepergian. Sehingga banyak alasan mengapa orang melakukan perjalanan wisata. Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari.

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang didunia, hal ini dirasakan pula di Indonesia. Pembangunan pariwisata Indonesia didukung oleh keadaan alamnya yang beragam, dilihat dari letak geografisnya, Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam dan budaya. Kekayaan alam dan budaya ini merupakan modal untuk mengembangkan pariwisata, bahkan industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap devisa negara.

Seiring dengan berkembangnya pariwisata, berbagai konsep pariwisatapun telah diterapkan. Salah satu konsep pariwisata yang berkembang adalah konsep pariwisata halal. Konsep pariwisata halal adalah konsep pariwisata yang menargetkan wisatawan muslim sebagai terget potensial. Berbagai negara didunia juga menerapkan konsep pariwisata halal seperti Malaysia, Thailand, Singapura,

Korea, Jepang, Taiwan, dan China. Pemerintah Thailand mengembangkan konsep di Center Chulalongkorn University yang merupakan pusat riset yang bekerjasama dengan pemerintah Thailand dalam membuat sertifikasi standarisasi untuk industri halal, Sementara Australia melalui lembaga “Queensland Tourism” mengeluarkan program pariwisata halal bekerjasama dengan hotel-hotel ternama, Begitu juga dengan Korea Selatan dan Jerman yang juga mengembangkan konsep pariwisata halal. (Pariwisata, 2015).

Sementara Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar (Pew, 2015) mulai mengembangkan konsep pariwisata halal pada tahun 2012 yang mencakup 4 sektor pengembangan yaitu perhotelan, restoran, biro jasa atau perjalanan, dan solus per aqua (SPA) (Kemenpar, 2017). Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi sangat besar dalam pengembangan pariwisata halal karena pada dasarnya budaya Indonesia sudah memiliki gaya halal (*halal lifestyle*). Konsep pariwisata halal tersebut dipersiapkan di 13 provinsi di Indonesia yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Bali, Sulawesi Selatan, Aceh, Riau, Lampung, Sumatera Barat, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Yogyakarta.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi yang menerapkan konsep pariwisata halal khususnya di pulau Lombok. Izza Firdaus, (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “*Lombok: Halal Tourism as a New Indonesia Tourism Strategy*” menjelaskan bahwa Lombok merupakan daerah yang di-branding sebagai tujuan wisata halal yang paling utama di Indonesia. Salah satu wujud nyata dari hal tersebut adalah dengan dilakukannya

pengembangan kawasan wisata ekonomi khusus di Lombok yang disebut dengan “KEK Mandalika”, Pengembangan kawasan wisata ini mencakup pengembangan kawasan *cultural village*, pembangunan *fisherman wharf*, pembangunan kawasan *konservasi mangrove*, pembangunan pelabuhan *cruise* dan marina beserta fasilitas penunjangnya, serta pembangunan kargo logistik di bandara internasional Lombok. Pulau Lombok juga dikenal dengan pulau seribu masjid dan memiliki banyak destinasi wisata, hal ini merupakan modal untuk menjadikan Lombok sebagai destinasi wisata halal global.

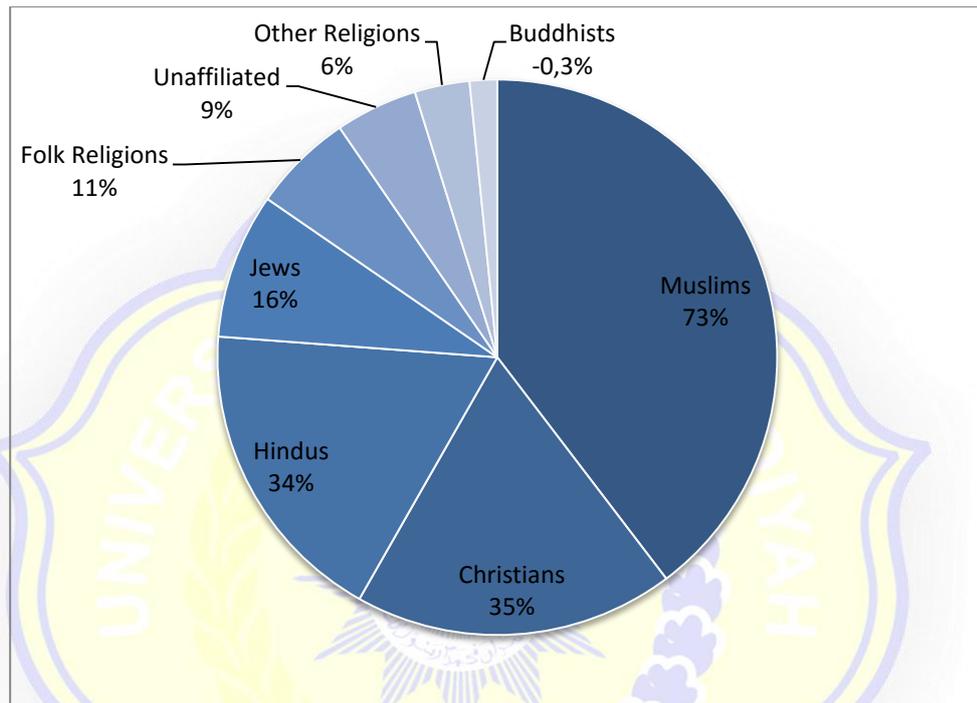
Pertumbuhan Industri halal global diperkirakan akan mencapai US\$ 2,3 triliun dan akan bertumbuh sebesar 20% pertahun (Dinar Standard, 2012). salah satu sektor yang mengalami peningkatan adalah Sektor pariwisata, Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengeluaran wisatawan muslim untuk berwisata yang mencapai US\$170 milyar pada tahun 2017 dan pada tahun 2020 diperkirakan mencapai US\$233 milyar atau sekitar 13% dari pengeluaran secara global (Reuters, 2015). Jumlah tersebut didominasi oleh negara-negara Mena-GCC yang merupakan negara yang tergabung dalam *Cooperation Council of the Arab State of the Gulf* yaitu Bahrain, Kuwait, Qatar Saudi Arabia, Oman, dan Uni Emirat Arab. Meskipun jika dilihat negara-negara tersebut hanya 3% dari populasi muslim dunia, namun mempunyai pengeluaran terbesar untuk berwisata. (Reuters, 2015).

Pada tahun 2050 pertumbuhan jumlah penduduk muslim dunia diperkirakan akan mencapai 73% (Pew, 2015). Pertumbuhan penduduk muslim

dunia didominasi oleh negara seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan negara- negara Timur Tengah (Dinar Standard, 2012).

Diagram 1.1

Pertumbuhan populasi berdasarkan agama pada tahun 2010-2050



Sumber: Pew Research, 2015: The future of world religions

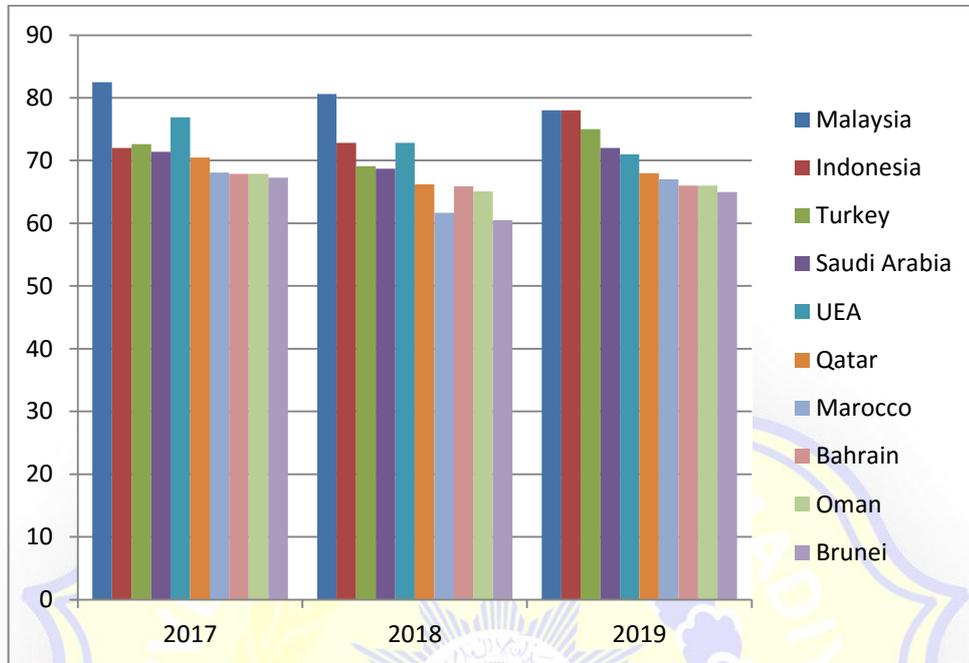
Menurut *International Institute for Applied Systems Analysis* bahwa jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 milyar atau 23% dari jumlah penduduk dunia. Jumlah tersebut merupakan tertinggi kedua setelah umat kristiani sebesar 2,2 milyar atau 31% dari penduduk dunia. Penduduk muslim terus mengalami peningkatan bahkan pada tahun 2050 diperkirakan mencapai 2,8 milyar atau 30% dari jumlah penduduk dunia (Pew, 2015). Fenomena ini lah yang direspon baik oleh berbagai negara dengan menerapkan konsep pariwisata halal (Sulistiyono, 2016).

Pariwisata halal merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan dalam mengembangkan pariwisata ketika menasar wisatawan muslim (Jaelani, 2012). Konsep pariwisata halal merupakan proses pengintegrasian nilai-nilai ke-Islaman kedalam seluruh kegiatan wisata, mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa itu sendiri (Widagdyo, 2015). Pengembangan industri pariwisata halal bukanlah sebagai ancaman bagi industri yang sudah ada, melainkan sebagai pelengkap, dan tidak menghambat kemajuan usaha wisata yang sudah berjalan (Pariwisata, 2015). menurut Jaelani, (2013) Penerapan konsep pariwisata halal merupakan alternatif pariwisata Indonesia, terutama dalam menasar pasar wisatawan muslim yang jumlahnya sangat besar dan terus berkebang (Jaelani, 2012).

Pengembangan konsep pariwisata halal di Indonesia berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan muslim yang berkunjung ke Indonesia, dari tahun 2017 sampai tahun 2019 posisi indonesia sebagai negara tujuan wisatawan muslim terus mengalami kenaikan, Pada tahun 2017 indonesia merupakan negara tujuan wisatawan terbesar ketiga dibawah Malaysia dan Turkey. Kunjungan wisatawan muslim ke Indonesia terus mengalami peningkatan, pada tahun 2018 berada di urutan kedua, hingga pada tahun 2019 berhasil menyamai skor dari malaysia dengan tujuan wisatawan muslim terbesar (GMTI, 2016).

Diagram 1.2

GMTI 2019. Top 10 countries score 2017, 2018 dan 2019



Sumber: GMTI Crescen Rating, 2019

Dari 13 provinsi yang dikembangkan untuk pariwisata halal di Indonesia Pulau Lombok merupakan salah satu daerah yang berhasil mengembangkan konsep pariwisata halal, hal ini terbukti dengan berbagai kategori penghargaan yang dimenangkan selama dua tahun berturut-turut dari *World Best Halal Tourism* yang di selenggarakan di Abu Dhabi, Uni Emirates Arab, pada tahun 2015 Pulau Lombok berhasil memenangkan 2 dari 3 penghargaan yaitu untuk kategori *Best Halal Honeymoon Destination* dan *Best Halal Tourism Destination*, pada tahun 2016 Pulau Lombok juga berhasil memenangkan 3 kategori yaitu *World Best Halal Beach Resort*, *Best Halal Travel Website*, dan *World Best Halal Honeymoon Destination*. (Yunaidi, 2016). Sementara pada tahun 2019 Lombok

mendapatkan penghargaan sebagai destinasi wisata halal terbaik di Indonesia (IMTI, 2019).

Pengembangan konsep pariwisata halal terus dilakukan baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pengembangan KEK Mandalika termasuk dalam salah satu dari 10 destinasi prioritas pemerintah (Dadang Rizki Ratman, 2016), Kawasan ini dibangun untuk mendukung visi menjadikan Lombok *world best halal tourism and cruise destination*. Selain sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia, pembangunan kawasan KEK Mandalika juga ditujukan agar menjadi pintu masuk wisata cruise dunia, Target utama dari pembangunan proyek KEK Mandalika adalah wisatawan muslim terutama dari Malaysia, Brunei, dan Negara Timur Tengah (Dadang Rizki Ratman, 2016).

Dalam pengembangan pariwisata halal Kementrian Pariwisata bekerjasama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), *Association of the Indonesia tours and travel* (ASITA), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) (Izza Firdaus, 2017). Melalui LPPOM dan LSU, MUI bekerjasama untuk memberikan sertifikasi halal untuk perusahaan dan produk, hingga pada tahun 2016 telah melakukan sertifikasi halal terhadap 644 industri usaha di pulau Lombok, 269 produk makanan UKM, 200 rumah makan, 100 restaurant non hotel dan 75 restaurant hotel. Sementara untuk tahun 2017 terdapat 28 usaha hotel dan restaurant yang disertifikasi halal, hal tersebut dilakukan untuk meyakinkan wisatawan bahwa NTB khususnya Pulau Lombok memang layak sebagai tujuan wisatawan muslim dunia (Aprianto, 2017).

Sebagai bentuk dukungan terhadap pariwisata halal, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata menetapkan perda Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal, Peraturan daerah ini dibuat oleh pemerintah daerah sebagai pedoman bagi pengelola pariwisata dalam memberikan pelayanan pariwisata halal pada wisatawan (Barat, 2016).

Pengembangan pariwisata halal untuk menarik wisatawan muslim adalah penting, namun yang lebih penting adalah bagaimana membuat wisatawan merasa puas (Zabkar, 2010). Kepuasan wisatawan muslim merupakan salah satu kunci untuk mengembangkan wisata halal yang berkelanjutan, menurut Yoon (2005) dalam Muzaffer Uysal (2014) mengungkapkan bahwa wisatawan yang merasa puas berpeluang besar untuk melakukan kunjungan kembali (Uysal, 2014). Oleh sebab itu penelitian mengenai kepuasan wisatawan yang berwisata penting untuk dilakukan.

Penelitian mengenai wisatawan secara umum banyak dilakukan akan tetapi penelitian tentang motivasi wisatawan muslim masih sedikit (Sulistiyono, 2016). Salah satu penelitian mengenai motivasi wisatawan muslim pernah dilakukan oleh Battour, (2010) di Malaysia.

Pulau Lombok yang sedang mengembangkan konsep pariwisata halal mempunyai wisatawan yang berasal dari berbagai negara dengan kultur dan agama yang beragam, tentu mempunyai perilaku yang berbeda sehingga dapat dipuaskan dengan atribut yang berbeda.

Dari pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Motivasi Wisata dan Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan di Lombok*”

1.2.Rumusan Masalah

Pariwisata merupakan sektor yang terus mengalami kenaikan sehingga diterapkannya berbagai konsep pariwisata untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan. Zakbar (2010) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata halal haruslah berfokus kepada kepuasan. Oleh karenanya rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Motivasi wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan?
2. Apakah pariwisata halal mempengaruhi kepuasan wisatawan?
3. Apakah Motivasi wisata dan pariwisata halal mempengaruhi kepuasan wisatawan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Motivasi wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan .
2. Untuk mengetahui apakah pariwisata halal mempengaruhi kepuasan wisatawan
3. Untuk mengetahui apakah Motivasi wisata dan pariwisata halal mempengaruhi kepuasan wisatawan.

1.4. Manfaat Penelitian

- 1.4.1. Bagi pelaku bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pelaku bisnis mengenai keinginan dan kebutuhan wisatawan di tempat wisata halal, sehingga dapat menjadi pertimbangan strategi bisnis yang di ambil.

1.4.2. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan branding pariwisata halal di Pulau Lombok

1.4.3. Bagi peneliti dan akademis

Hasil penelitian ini sebagai informasi sekaligus sebagai bahan penelitian selanjutnya mengenai motivasi wisatawan dan pariwisata halal.



BAB II

TINJAUAN PUSATAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam melakukan perjalanan wisata, rasa ingin tahu tentang berbagai hal merupakan salah satu alasan seseorang untuk bepergian. seseorang yang akan memutuskan melakukan perjalanan wisata tentu berharap mendapat kepuasan dalam berwisata. Namun selain motivasi yang dapat memberikan kepuasan wisatawan, ada faktor lain yang juga dapat memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Beberapa penelitian sebelumnya dapat dieksplorasi sebagai berikut:

Pertama, Particia L Saga (2016) melakukan penelitian tentang motivasi wisatawan berkunjung ke Danau Toba Sumatera Utara. Pada penelitian ini ditemukan bahwa motivasi fisik, budaya, interpersonal, status dan prestise merupakan hal yang menjadi motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata.

Kedua, Muhammed Battour (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh atribut tempat tujuan terhadap motivasi wisatawan, kepuasan dan loyalitas. Pada penelitian ini ditemukan bahwa selain motivasi terdapat satu faktor penting yang menjadi motivasi wisatawan muslim yaitu atribut dari destinasi.

Ketiga, Fendi Septiawan (2016) melakukan penelitian tentang motivasi wisatawan berkunjung ke Taman Merdeka Metro. Pada penelitian ini ditemukan

bahwa rekreasi, mengetahui monumen, penyaluran hobi dan pendidikan merupakan motivasi wisatawan berkunjung ke Taman Merdeka Metro.

Keempat, Kurniawan Gilang Widagdyo (2015) melakukan penelitian tentang analisis pasar pariwisata halal Indonesia. Pada penelitian ini ditemukan bahwa kontribusi pariwisata sangat baik, hal ini bisa dilihat dari meningkatnya devisa negara, kontribusi terhadap kesempatan kerja, dan indeks daya saing pariwisata yang meningkat.

Untuk lebih jelas dapat dipetakan dalam tabel dibawah ini:

Table 2.1
Temuan penelitian terdahulu

Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Patricia L Saga, 2016	Motivasi Wisatawan Berkunjung Kedaerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara	Kualitatif	Motivasi fisik, budaya, interpersonal, status dan prestise merupakan motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata
Muhamed battour dkk, 2010	The Impact of Islamic Attributes of Destination on Tourist Motivation, Satisfaction and Destination Loyalty	Kualitatif	Tangible attributes yang berpengaruh adalah fasilitas beribadah, dan ketersediaan makanan halal, sementara intangible attributes yang berpengaruh Islamic entertainment,

			dress code, general Islamic morality, dan islamic call for prayer
Fendi Septiawan, 2016	Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Taman Merdeka Metro	Kualitatif	Motivasi wisatawan untuk rekreasi sejumlah 20 wisatawan (40%), motivasi wisatawan untuk mengetahui monumen sejumlah 16 wisatawan (32%), motivasi wisatawan untuk menyalurkan hobi sejumlah 12 wisatawan (24%), motivasi wisatawan untuk pendidikan sejumlah 2 wisatawan (4%)
Kurniawan Gilang Widagdyo, 2015	Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia	Kualitatif	Devisa meningkat dari Rp 140 triliun pada 2014 menjadi Rp 280 triliun pada 2019. Saat ini kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional diperkirakan mencapai 4 persen dengan devisa Rp 155 triliun. Kontribusi terhadap kesempatan kerja meningkat dari 11 juta pada 2014 menjadi 13

			<p>juta pada 2019.</p> <p>Indeks daya saing pariwisata meningkat dari peringkat 70 pada 2014 menjadi 30 pada 2019.</p> <p>Jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat dari 250 juta pada 2014 menjadi 275 juta pada 2019</p>
--	--	--	--

Sumber : Berbagai penelitian sebelumnya

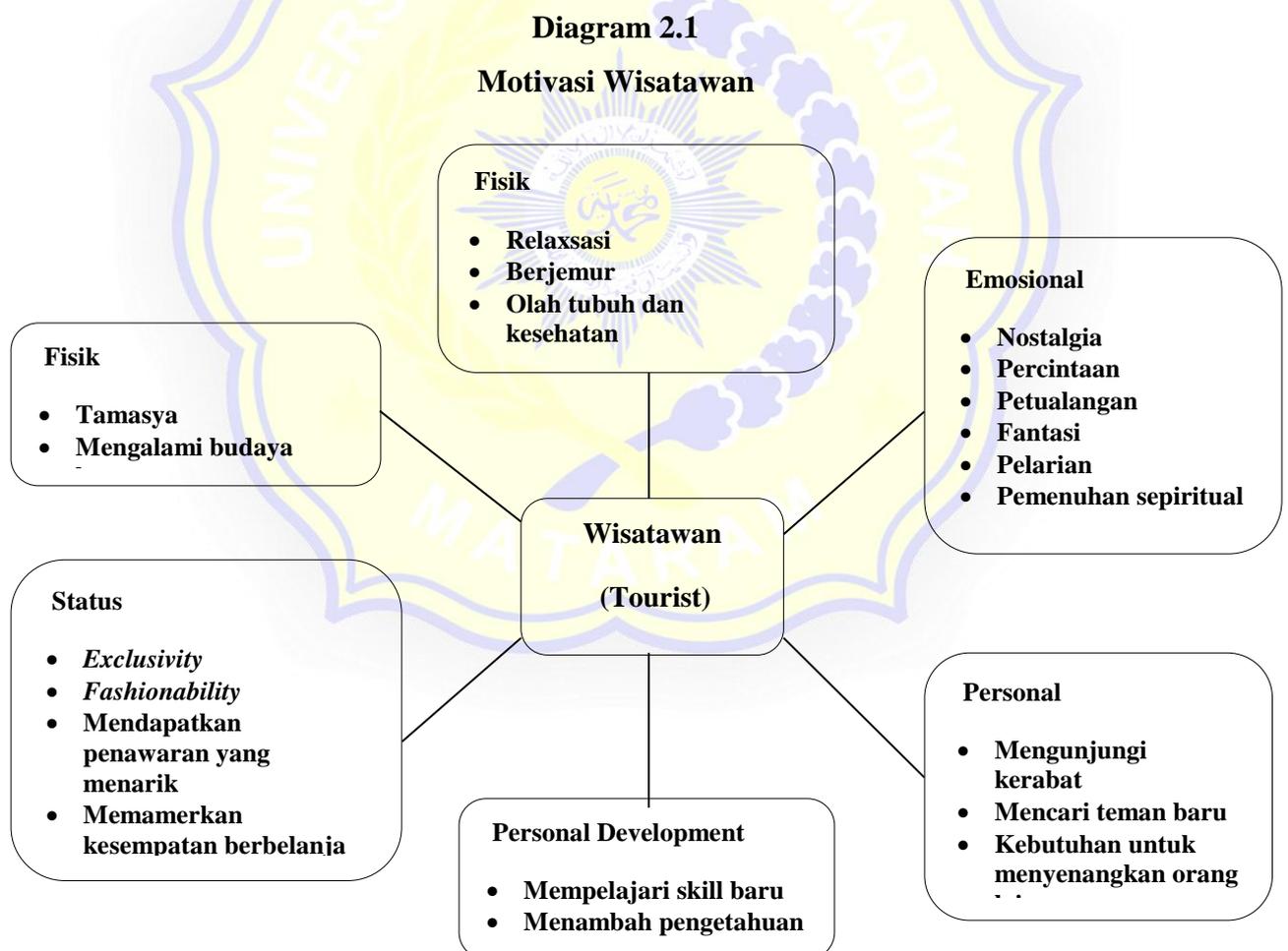
2.2. Teori Motivasi Wisatawan

Motivasi adalah kecenderungan yang timbul pada diri seseorang secara sadar maupun tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu atau usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki (Poerwadarminto, 2006). Sedangkan motivasi wisata adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Mahika, (2004) Membedakan motivasi berdasarkan 2 hal yaitu motivasi wisatawan untuk memilih berwisata dan motivasi wisatawan yang mengarahkan seseorang untuk memilih liburan tertentu, di tempat tertentu, pada suatu periode tertentu, Menurutnya motivasinya adalah: Psikologis, emosional, kebutuhan pribadi, pengembangan diri, status, dan budaya. Motivasi wisatawan penting untuk diketahui namun sulit untuk dipelajari. Swarbrooke menyatakan bahwa

motivasi wisatawan terus berubah seiring perjalanan waktu dan keadaan, (Mahika, 2004). Sawarbroke menyimpulkan bahwa motivasi untuk berwisata merupakan perbandingan dari berbagai alasan yang dimiliki oleh wisatawan dalam berwisata. (John Swarbrooke, 2004)

Dari berbagai macam teori mengenai motivasi yang ada, Swarbrooke dan Horner, (2007) dalam bukunya yang berjudul “*Consumer Behaviour in Tourism*“ menggambarkan motivasi kedalam sebuah diagram, Swarbroke membagi motivasi kedalam beberapa bagian yaitu, motivasi fisik, emosional, status, dan personal, dengan gambar seperti dibawah ini:



Sumber: Swarbrooke dan Horner, 2007

Penjelasan tipologi dari motivasi wisatawan diatas memperlihatkan bahwa motivasi dari wisatawan dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara intrinsik motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan keinginan sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Maslow, Secara ekstrinsik menurutnya persepsi juga memengaruhi motivasi, dimana persepsi merupakan proses yang digunakan seseorang untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan yang berupa informasi untuk menciptakan gambaran yang diinginkan (Jhon Swarbrooke, 2007).

Menurut McIntosh (1995) dalam Fendi Septiawan (2016) membagi motivasi menjadi 4 (empat) kelompok besar yaitu:

2.2.1. *Physical Motivation*

Kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang dilingkungan kerja ataupun rutinitas sehari-hari membuat fisik menjadi lelah. Oleh karena itu dianggap perlu melakukan kegiatan yang sifatnya mengembalikan keadaan psikologinya. *Physical motivation* adalah motivasi yang erat kaitannya dengan keinginan seseorang untuk mengembalikan kondisi fisiologinya dengan cara melakukan perjalanan wisata. Kegiatan yang dilakukan adalah untuk mengembalikan kondisi fisiknya atau sekedar bersenang-senang.

Sesuai dengan pendapat McIntos, (1995) menyatakan bahwa *physical motivation* ini banyak hubungannya dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik, beristirahat, berolahraga, atau pemeliharaan kesehatan agar gairah kerja timbul kembali. Pendapat yang lain

mengatakan bahwa motivasi fisik yaitu motivasi yang timbul karena keinginan untuk pemulihan kembali kondisi fisik, menyegarkan kembali badan dan jiwa, istirahat untuk kesehatan, olahraga, rekreasi, (bersenang-senang, berbelanja).

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *physical motivation* adalah motivasi seseorang atau kelompok untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mengembalikan kondisi fisiknya. Kegiatan yang dilakukan berupa rekreasi, atau sekedar bersenang-senang. Kegiatan rekreasi dilakukan dengan menikmati pemandangan dan melakukan permainan dilokasi obyek wisata bersama keluarga atau teman.

2.2.2. *Cultural Motivation*

Seseorang atau kelompok dalam wisata kebudayaan yang datang tidak hanya melihat atraksi budaya yang ada, akan tetapi lebih dari itu yakni untuk melihat dan mempelajari hasil kebudayaan manusia. Menurut McIntos (1995) menyatakan bahwa *cultural motivation* yaitu motivasi yang erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara lain, penduduknya, tata cara hidupnya serta adat istiadatnya yang berbeda dengan negara lain. Pendapat lain mengatakan bahwa motivasi kebudayaan antara lain keinginan untuk mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur, dan sejarah negara lain.

2.2.3. *Interpersinal Motivation*

Motivai ini adalah keninginan seseorang melakukan perjalanan wisata karena keinginan untuk bertemu keluarga, teman atau teman baru. Sesuai dengan pendapat McIntos (1995) yang mengungkapkan *interpersonal motivation* adalah motivasi yang didorong oleh keinginan seseorang untuk mengunjungi sanak keluarga, teman-teman, atau ingin menghindari diri dari lingkungan kerja, mencari teman baru dan lain-lain. Secara singkat motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri kesibukan sehari-hari. Pendapat lain menyatakan bahwa motivasi individu antara lain keinginan untuk mengunjungi keluarga, teman atau mencari temanbaru, bersenang-senang, kunjungan spiritual, mencari pengalaman baru pada lingkungan yang baru.

2.2.4. *Status and Prestise motivation*

Banyak orang yang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat lain dengan sendirinya merasa lebih dari orang yang tidak pernah bepergian ketempat tersebut. Orang yang pernah bepergian ke daerah-daerah lain dianggap merasa gengsi atau setatusnya naik. *Status and prestise motivation* adalah motivasi yang bertujuan menunjukkan siapa dirinya dihadapan orang lain.

Menurut McIntos, (1995) *status and prestise motivation* adalah, suatu *show*, maksud seseorang untuk memperlihatkan siapa dirinya kedudukannya, status dalam masyarakat tertentu demi suatu *prestise* pribadinya. Jadi sifat perjalanan ini sangat emosional dan ada kalanya

dihubungkan dengan perjalanan bisnis, dinas, pendidikan, profesi, dan hobi.

Pendapat lain mengatakan bahwa motivasi status dan prestasi antara lain keinginan untuk menyalurkan hobi, melanjutkan belajar, pertemuan untuk menjalin hubungan personal, menghadiri konferensi dan seminar (Septiawan, 2016).

2.3. Pentingnya Memahami Motivasi Wisatawan

Crompton (1997) dalam Tulus Haryono et al (2012) , menyatakan bahwa memahami motivasi wisatawan dapat memberikan beberapa hal yaitu:

1. Memahami motivasi wisatawan dapat mempermudah pelaku bisnis untuk memberi produk dan pelayanan yang lebih baik.
2. Pengalaman wisata dan kepuasan merupakan dua hal yang saling terkait dan berhubungan erat dengan motivasi awal wisatawan.
3. Pemasar harus mengetahui motivasi wisatawan sehingga dapat memahami proses pengambilan keputusan.

Selain itu Jurowski dan Claudia, (2009) Menyatakan bahwa atribut dan motivasi membantu dalam merancang program pemasaran dan pembuatan keputusan. Memahami motivasi perjalanan dapat membantu dalam segmentasi pasar, sehingga pelaku wisata dapat memaksimalkan alokasi sumberdaya (Jurowski, 2009).

Dengan memahami motivasi wisatawan maka pengelola pariwisata maupun pelaku bisnis dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan wisatawan selama

berwisata. Dengan demikian akan dapat mengambil keputusan pelayanan seperti apa yang akan diberikan terhadap wisatawan agar merasa terpuaskan.

2.4. Teori Pariwisata Halal

2.4.1. Pengertian pariwisata halal

Menurut Al-Qaradawi dalam (Mohamed Battour, 2015) Halal merupakan segala sesuatu yang diperbolehkan berdasarkan hukum Islam, halal merupakan salah satu dari 5 moral yang ada dalam hukum Islam, yaitu: Fardu (diwajibkan), Mustahabb (dianjurkan), Makruh (dibenci), Haram (dilarang) dan Halal (diperbolehkan). Sehingga dalam sudut pandang Islam pariwisata halal ditujukan kepada setiap aktivitas wisata yang didasarkan hukum Islam. Sementara itu menurut (Sucipto, 2014) pariwisata halal merupakan upaya perjalanan atau rekreasi untuk mencari kebahagiaan yang tidak bertentangan atau menyalahi prinsip-prinsip hukum Islam serta sejak awal diniatkan untuk mengagumi ciptaan Allah. Mohamed Battour, (2015) mengatakan bahwa pariwisata halal mengacu kepada banyak objek dan aktivitas, yang dikembangkan berdasarkan hukum Islam, Sebagai pedoman dalam memberikan produk dan pelayanan kepada wisatawan muslim dan non muslim, seperti halal hotel, halal resort, halal restoran, dan halal trips. Dalam peraturan daerah Nusa Tenggara Barat Nomor 2 Tahun 2016 tentang pariwisata halal disebutkan bahwa pariwisata halal merupakan kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan, dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi hukum Islam (Barat, 2016).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam kedalam seluruh kegiatan pariwisata melalui penyediaan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan hukum Islam.

2.4.2. Konsep pariwisata halal

Konsep pariwisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Pariwisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim didalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman. Konsep pariwisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke-Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama. Konsep pariwisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan Muslim dapat berwisata serta mengagumi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang olehNya. Namun disini wisata halal lebih bersifat universal dan bisa dinikmati oleh segala macam aspek kepercayaan karena halal adalah suatu yang diperuntukkan untuk kebaikan seseorang dan sifatnya melindungi, dan wisata halal adalah jawaban akan

hal itu karena konotasi halal bisa diterima oleh khalayak umum baik penganut islam maupun non islam.

Anderson, (2010) membedakan konsep pariwisata dalam Islam menjadi dua yaitu *Islamic tourism* dan *halal tourism*, menurutnya kedua konsep ini pada dasarnya sama hanya saja *Islamic tourism* berfokus kepada wisatawan muslim, dan lokasinya biasanya di negara muslim, konsep ini lebih menekankan kepada posisi suatu wilayah atau negara sebagai negara muslim, sementara konsep Islam pada produk dan pelayanan tidak terlalu diperhatikan (Anderson, 2010). Kemudian konsep *halal tourism* menurut (UNWTO, 2013) merupakan konsep pariwisata yang berdasarkan hukum Islam mulai dari perilaku, pakaian, dan juga makanan. Konsep ini bukan hanya mengedepankan keadaan suatu wilayah atau negara sebagai negara muslim akan tetapi lebih kepada penerapan hukum-hukum Islam dalam berwisata, sehingga banyak negara mayoritas non muslim seperti Jepang, Philipina, dan Brazil juga mengembangkan konsep ini (Mohamed Battour, 2015).

Di Indonesia sendiri, Pemerintah melalui MUI telah memberikan kriteria umum pariwisata halal yaitu berorientasi pada kemaslahatan umat, pencerahan, penyegaran dan ketenangan, menghindari kemusrikan dan kurafat, menghindari maksiat seperti pornografi, pornoaksi, minuman keras, judi, dan narkoba, menjaga perilaku, etika, dan nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila, menjaga amanah, keamanan, dan kenyamanan, bersifat universal dan inklusif, menjaga

kelestarian lingkungan, dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal (Sucipto, 2014).

Di Lombok penerapan konsep pariwisata halal dilakukan melalui peraturan daerah nomer 2 tahun 2016 yang mencakup destinasi, pemasaran dan promosi, industri, kelembagaan, pembinaan dan pengawasan, dan pembiayaan yang kemudian distandarisasi berdasarkan ketentuan dari Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

2.5. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan evaluasi pasca pembelian dari penawaran layanan, kepuasan wisatawan di definisikan sebagai keadaan pikiran dimana keinginan, kebutuhan, dan harapan terpenuhi atau bahkan terlampaui, (Muhannad M.A Abdallat, 2002). Keadaan tersebut kemudian mendapat respon emosional diikuti oleh beberapa tanggapan kognitif, sisi kognitif wisata dapat berupa ekspektasi wisatawan dan nilai yang dirasakan. Secara sederhana kepuasan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. (Zabkar, 2010).

Kepuasan wisatawan merupakan hal yang membantu perusahaan dalam memperkuat daya saing (Kozak, 2002), sehingga penting bagi pelaku usaha khususnya dalam bidang pariwisata untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan wisatawan. Wilson et al. (2008) menerangkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan adalah *service quality*. Hal ini juga diperkuat oleh Zakbar, (2010) yang menyatakan bahwa

penyediaan layanan dengan kualitas tinggi sangat-sangat penting karena dapat menghasilkan kepuasan wisatawan.

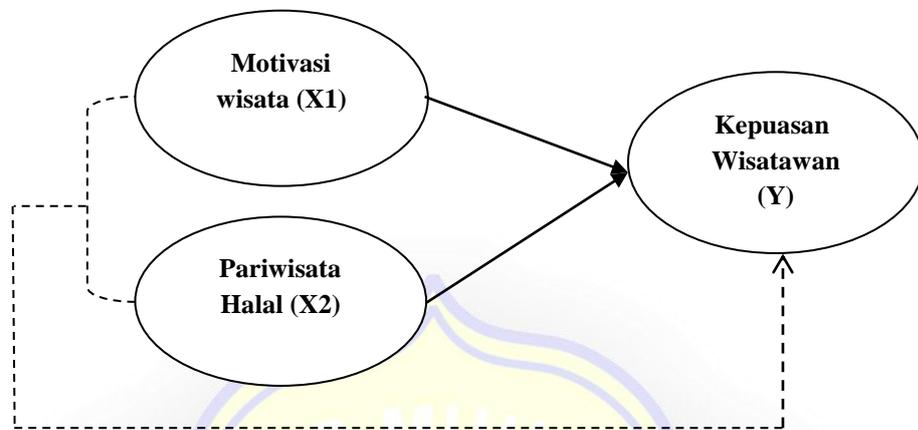
Kepuasan wisatawan dapat didasarkan kepada banyak hal, bukan hanya faktor kualitas layanan, Yoon, (2005) menyebutkan bahwa kepuasan wisatawan dapat didasarkan pada evaluasi berbagai atribut tujuan. Sauerwin, (2002) menyatakan atribut tujuan tersebut dapat diterangkan melalui 3 konsep, berdasarkan caranya memberikan kepuasan pada wisatawan yaitu; Pertama faktor dasar, yaitu faktor yang mengacu kepada faktor-faktor yang keberadaannya tidak akan meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi kekurangannya akan menyebabkan ketidakpuasan. Kedua, Faktor kegembiraan, yaitu faktor yang memberikan kepuasan konsumen, dan tidak menimbulkan ketidakpuasan meskipun tidak diberikan. Ketiga faktor kinerja, yaitu faktor yang dapat menghasilkan kepuasan jika diberikan dengan baik, dan dapat menimbulkan ketidakpuasan jika tidak disampaikan dengan baik. (Garau, 2010).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa kepuasan wisatawan merupakan hasil evaluasi yang dilakukan oleh wisatawan dengan membandingkan persepsi dengan kinerja yang dirasakan, kepuasan wisatawan penting bagi pelaku wisata untuk memperkuat daya saing, kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh banyak faktor bukan hanya kualitas layanan, tetapi juga atribut tujuan.

2.6. Kerangka Konsep

Pada penelitian ini peneliti mencoba mengetahui pengaruh dari variabel motivasi wisata dan pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan baik secara parsial maupun simultan.

Gambar 2.1
Paradigma Penelitian



Keterangan :

X1 dan X2 : Variabel Independen / variabel bebas

Y : Variabel Dependen / variabel terikat

— : Parsial

- - - : Simultan

2.7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan penelitian, sehingga berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian maka hipotesis yang di ajukan peneliti adalah sebagai berikut :

H1: Motivasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H0: Motivasi wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H2: Pariwisata halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

H0: Pariwisata halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

H3: Motivasi wisata dan pariwisata halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H0: Motivasi wisata dan pariwisata halal tidak berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang pengaruh motivasi wisata dan pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan di Lombok menggunakan pendekatan kuantitatif dan proses penelitian bersifat deduktif dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori.

Menurut Suharsimi Arikunto (2003), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya (Arikunto, 2003). Penelitian kuantitatif biasa digunakan untuk penelitian tentang perilaku sosial seperti untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi sebuah fenomena tertentu, dan digunakan untuk menguji sebuah teori yang ada (Creswell, 2009).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di pulau Lombok

3.2.2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu
1	Penyusunan proposal	Oktober s/d Desember 2019
2	Seminar proposal	Januari 2020
3	Penelitian	Januari s/d Februari 2020
4	Skripsi	Februari 2020

3.3. Operasional Variabel

Operasional merupakan suatu definisi yang menyatakan secara jelas dan akurat mengenai bagaimana suatu *concept* atau *construct* diukur. Dapat pula dikatakan sebagai suatu penjelasan tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam mengukur suatu *concept* (Asep Hermawan, 2017).

Tabel 3.2
Operasional Variabel Motivasi Wisata

Variabel	Indikator	Pernyataan
Motivasi wisata(X1)	Fisik	Olahraga air
		Merasakan keamanan dan kenyamanan
		Relaksasi
	Budaya	Masyarakat yang unik dan ramah
		Merasakan budaya yang berbeda
		Kota atau desa yang menarik
		Mengunjungi tempat-tempat berjesarah
	Interpersonal	Istirahat dari kesibukan
		Mengunjungi keluarga
		Mengunjungi teman
		Bertemu dengan orang baru
	Status dan prestise	Belajar hal baru dan meningkatkan pengetahuan
		Merasakan gaya hidup yang berbeda
		Memanjakan diri dalam kemewaaan
		Pergi ketempat yang belum pernah dikunjungi teman

	Wisata Alam	Menikmati area pegunungan
		Kualitas pantai yang baik
		Tempat ekologi yang masih alami
		Memungkinkan untuk melihat semua keindahan wisata

Tabel 3.3
Oprasional Variabel Pariwisata Halal

Variabel	Indikator	Pernyataan
Pariwisata halal (X2)	Fasilitas Ibadah	Keberadaan masjid
		Ketersediaan fasilitas solat di lokasi wisata
		Keberadaan suara azan untuk mengingatkan waktu solat
		Penempatan arah kiblat di kamar hotel
		Ketersediaan Al-Qur'an di hotel
		Ketersediaan air bersih di toilet pada area wisata
	Halal	Ketersediaan makanan halal di tempat wisata
		Tersedia dapur halal yang terpisah di hotel dan restaurant
		Tersedianya area terpisah untuk wanita di pantai
		Tersedianya kolam renang terpisah untuk laki-laki dan perempuan di hotel
		Pelarangan seks di tempat hiburan

		dan hotel
	Minuman beralkohol & Perjudian	Pelarangan minum alkohol oleh aparat di tempat umum
		Pelarangan perjudian di tempat umum oleh aparat
	General Islamic morality	Pemakaian busana Islami bagi staf hotel dan restoran
		Penggunaan pakaian Islami di tempat umum
		Pelarangan prostitusi
		Larangan aktivitas pacaran, seperti ciuman di tempat umum
		Penyensoran film dan acara tv

Tabel 3.4
Oprasional Variable Kepuasan Wisatawan

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kepuasan wisatawan (Y)	Harapan dengan kenyataan	Bagaimana pendapat anda tentang pulau Lombok secara umum, berikan nilai dengan membandingkan apa yang anda harapkan?
	Kesesuaian dengan waktu dan usaha	Apakah kunjungan ini sesuai dengan waktu dan usaha yang anda keluarkan?
	Kepuasan secara keseluruhan	Secara keseluruhan, seberapa puaskah anda dengan liburan anda di pulau Lombok?
	Perbandingan dengan tujuan lain	Bagaimana anda menilai pulau Lombok sebagai tujuan liburan dibandingkan dengan destinasi lain

		yang mungkin pernah anda kunjungi?
--	--	------------------------------------

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi penelitian merupakan wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok. Populasi merupakan sekumpulan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang dapat menjadi sumber data penelitian. (Sujarweni, 2015). Dalam penelitian ini populasi penelitian merupakan wisatawan yang berkunjung ke pulau Lombok

3.4.2. Sampel

Sampel pada penelitian ini merupakan wisatawan yang sedang berwisata di pulau lombok. Penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono, (2009) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu wisatawan yang secara kebetulan ditemui sedang berwisata di Lombok dapat digunakan sebagai sampel.

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik dalam populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Malhotra, (2007) mengatakan bahwa ukuran sampel merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui ketika melakukan sebuah survei, menurutnya penentuan jumlah sampel dapat ditentukan oleh jumlah faktor atau konstruk dan analisis yang digunakan (Malhotra, 2007).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow (Ridwan, 2013). Yaitu:

$$n = \frac{z^2 \alpha \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error 10% = 0,1

melalui rumus diatas maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 \alpha \times p (1 - p)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

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

$$n = 96,04 = 100$$

3.5. Sumber dan Jenis Data

3.5.1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini didapat dari sumbernya langsung melalui responden yaitu wisatawan yang ditemui sedang berwisata di pulau Lombok.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari literatur-literatur yang telah digunakan dalam menunjang penelitian, literatur tersebut berasal dari berbagai sumber yaitu jurnal, thesis, buku, mengenai motivasi wisatawan dan juga penelitian mengenai pengaruh pariwisata halal terhadap kepuasan wisatawan. Berbagai data juga digunakan untuk menunjang penelitian ini berasal dari berbagai *website* pemerintah dan lembaga seperti Kemenpar.go.id, Bappeda.ntbprov.go.id, dan GMTI. Crescen rating.com.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disajikan dalam dua versi yaitu bahasa inggris dan bahasa indonesia untuk memudahkan bagi responden asing (wisatawan mancanegara). menurut Cooper (2006) Kuesioner merupakan instrument yang diberikan kepada responden baik *personal* maupun tidak yang dilengkapi oleh responden (Donald R. Cooper, 2006).

Pengukuran kuesioner ini berdasarkan skala likert dengan menetapkan 1 untuk “sangat tidak penting” dan 5 mewakili “sangat penting” pada bagian.

Tabel 3.5
Skala Pengukuran Koesioner

Skala	Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data yang lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011).

Setelah data tersebut dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *software* SPSS 20.

3.7.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas

instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Pengujian validitas bertujuan untuk menjamin hasil pengukuran sesuai dengan apa yang diukur.

Perhitungan validitas dapat dilakukan dengan rumus *product moment*. Hasil dari perhitungan SPSS akan dibandingkan dengan nilai *r* tabel pada signifikansi 5%. Jika angka korelasi yang diperoleh dibawah nilai *r* table, maka pertanyaan pada koesioner yang digunakan adalah tidak valid. Sebaliknya jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari nilai *r* table maka pertanyaan pada koesioner yang digunakan adalah valid (Wahyudi, 2018). Berikut adalah nilai kofesien korelasi taraf signifikansi 5% dan 1%, yaitu:

Tabel 3.6
Nilai Koefisien Korelasi “r” Product Moment
Taraf Signifikan 5% dan 1%

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%
1	0,997	1,000	24	0,388	0,496
2	0,950	0,990	25	0,381	0,487
3	0,878	0,959	26	0,374	0,478
4	0,811	0,917	27	0,367	0,470
5	0,754	0,874	28	0,361	0,463
6	0,707	0,834	29	0,355	0,456
7	0,666	0,798	30	0,349	0,449
8	0,632	0,765	35	0,325	0,418

9	0,602	0,735	40	0,304	0,393
10	0,576	0,708	45	0,288	0,372
11	0,553	0,684	50	0,273	0,354
12	0,532	0,66	60	0,250	0,325
13	0,514	0,641	70	0,232	0,302
14	0,497	0,623	80	0,217	0,283
15	0,482	0,606	90	0,205	0,267
16	0,468	0,590	100	0,195	0,254
17	0,456	0,575	125	0,174	0,228
18	0,444	0,561	150	0,159	0,208
19	0,433	0,549	200	0,138	0,181
20	0,423	0,537	300	0,113	0,148
21	0,413	0,526	400	0,098	0,128
22	0,404	0,515	500	0,088	0,115
23	0,369	0,505	1000	0,062	0,081

Adapun rumus *pearson product moment* yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = Jumlah skor masing-masing responden variable X

y = Jumlah skor masing-masing responden variable Y

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat konsistensi instrumen yang bersangkutan. Suatu instrumen dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur (Sukardi, 2008).

Dalam penelitian ini, uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula Alpha cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah Item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varains total

Untuk menginterpretasikan tingkat keterandalan dari instrumen, maka digunakan pedoman dari Suharsimi arikunto (2006), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.7

Kriteria Tingkat Reliabilitas

Antara 0.80 sampai dengan 1.00	Sangat kuat
Antara 0.60 sampai dengan 0.80	Kuat
Antara 0.40 sampai dengan 0.60	Cukup kuat
Antara 0.20 sampai dengan 0.40	Rendah
Antara 0.00 sampai dengan 0.20	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2003)

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model data yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal.

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-smirnov* $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi (Sulhan, 2010).

3.7.3.2. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara linier antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Adapun untuk keputusan linieritas didapat dengan membandingkan nilai signifikansi dari *Deviation From Linierity* yang dihasilkan dari uji linieritas dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikansi dari *Deviation From Linierity* $> \text{Alpha}$ (0,05) maka nilai tersebut linier (sudarmanto, 2004).

3.7.3.3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Pengujian multikolinieritas dilihat berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu, jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Dan jika VIF > 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

3.7.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians tetap disebut homoskedastisitas jika berbeda maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Glejser yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7.3.5. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2012) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin Watson* dengan membandingkan nilai *durbin Watson* hitung (d) dengan nilai *durbin Watson* table, yaitu batas atas (du) dan batas bawah (dL). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Jika $0 < d < dL$ maka terjadi autokorelasi positif
- b. Jika $dL < d < du$ maka tidak ada kepastian ada autokorelasi atau tidak
- c. Jika $4-dL < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negative
- d. Jika $4-du < d < 4-dL$ maka tidak ada kepastian ada autokorelasi atau tidak
- e. Jika $du < d < 4-du$ maka tidak ada autokorelasi positif ataupun negative

3.7.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2011) analisis regresi linier berganda digunakan apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen apabila dua variabel independen sebagai predictor dimanipulasi.

Persamaan regresi linier berganda yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Kepuasan wisatawan

a = Konstanta

b_1b_2 = Kofesien regresi

X_1 = Motivasi Wisata

X_2 = Pariwisata Halal

e = Variabel pengganggu

3.7.5. Uji Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data di atas dapat di proses sesuai dengan jenis data kemudian disajikan dalam bentuk *table* dan angka, metode statistik sebagai berikut :

3.7.5.1.Uji Statistik F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen. Untuk menguji ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

3.7.5.2.Uji Statistik T (Parsial)

Menurut Ghozali (2012: 98) uji T digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual menerangkan variabel dependen secara parsial.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $<0,05$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

