

Analisis Faktor Pengembangan Wisata Religi Masjid Agung Jawa Tengah Sebagai Destinasi Budaya Sejarah Dan Keagamaan

Ahmad Rizki Ashari^{1✉}, Herman Novry Kristiansen Paninggiran²

^{1,2} Program Studi Pariwisata, Universitas Semarang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah sebagai destinasi budaya, sejarah, dan keagamaan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terhadap wisatawan menggunakan teknik accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi daya tarik wisata, fasilitas, aktivitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan wisatawan sebagai indikator pengembangan destinasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen pariwisata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, meskipun tingkat pengaruh masing-masing variabel berbeda. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan destinasi secara terpadu untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan keberlanjutan pengembangan wisata religi. Implikasi penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah dan pengelola dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Wisata Religi, Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing the development of the Great Mosque of Central Java as a religious, cultural, and historical tourism destination. A quantitative explanatory design was employed. Primary data were collected through questionnaires distributed to tourists using accidental sampling, resulting in 97 respondents. The independent variables include tourist attraction, facilities, activities, accessibility, and supporting services, while tourist satisfaction serves as the dependent variable representing destination development. Data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that tourism components simultaneously affect tourist satisfaction, although the magnitude of each variable differs. These findings highlight the importance of integrated destination management to enhance visitor experience quality and ensure sustainable religious tourism development. The study provides practical implications for policymakers and destination managers in formulating more effective and sustainable tourism development strategies.

Keywords: Religious Tourism, Tourist Attraction, Accessibility, Facilities, Tourist Satisfaction

✉ Corresponding author :

Email Address : ahmadrizkiashari123@gmail.com

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dan sosial suatu wilayah. Melalui pengembangan pariwisata, berbagai peluang ekonomi dapat tercipta, seperti peningkatan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, serta kemajuan infrastruktur pendukung. Selain memberikan dampak ekonomi, pariwisata juga berkontribusi pada pelestarian budaya dan lingkungan apabila dikelola secara berkelanjutan. Di Indonesia dan berbagai negara lainnya, pariwisata telah menjadi penggerak utama pembangunan yang mampu memperkenalkan potensi lokal ke pasar global serta meningkatkan daya saing daerah. Namun, keberhasilan sektor ini membutuhkan pengelolaan yang terpadu agar keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan tetap terjaga demi keberlanjutan manfaatnya bagi masyarakat dan negara (Ibrahim et al., 2024).

Pada tahun 2024, sektor pariwisata Indonesia mencatatkan prestasi gemilang dengan perolehan devisa mencapai 12,63 miliar dolar AS. Capaian ini turut diperkuat oleh keberhasilan Indonesia meraih 67 penghargaan bergengsi dari 32 lembaga pariwisata internasional sepanjang tahun tersebut. Tidak hanya itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) juga mendapatkan tujuh penghargaan tambahan dari berbagai kementerian dan instansi nasional sebagai bentuk apresiasi atas dedikasi dan inovasinya dalam memajukan industri pariwisata tanah air. Prestasi tersebut menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia semakin diakui di kancah global dan terus berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional (S & Sari, 2024).

Kota Semarang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat menjanjikan berkat perpaduan harmonis antara keindahan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki oleh masyarakatnya. Letak geografisnya yang unik, terbentang dari kawasan perbukitan di bagian selatan hingga wilayah pesisir di utara, menjadikan kota ini memiliki beragam lanskap yang menarik untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata berbasis alam. Pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk di dataran tinggi, serta pesona pantai yang menawan di kawasan pesisir menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara.

Selain itu, keberagaman sosial dan budaya masyarakat Semarang yang multietnis menciptakan warna tersendiri dalam kehidupan sehari-hari, tercermin dari tradisi, seni, kuliner, dan arsitektur yang sarat akan nilai sejarah. Kombinasi antara potensi alam dan budaya tersebut tidak hanya memperkaya identitas kota, tetapi juga membuka peluang besar bagi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan serta mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi dan citra Kota Semarang sebagai destinasi unggulan di Jawa Tengah (Cita Rahma Utami, 2023).

Sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang memiliki kekayaan potensi pariwisata yang luas dan beragam. Kota ini menawarkan berbagai daya tarik yang mencerminkan perpaduan antara sejarah, budaya, dan hiburan modern, menjadikannya salah satu destinasi potensial di Indonesia. Berbagai tempat wisata ikonik turut memperkuat citra Semarang sebagai kota tujuan wisata, seperti bangunan bersejarah Lawang Sewu, tempat ibadah bersejarah Klenteng Sam Poo

Kong, kawasan heritage Kota Lama, taman rekreasi modern Saloka Theme Park, serta keagungan Masjid Agung Jawa Tengah dan keindahan alam Candi Gedong Songo di lereng pegunungan. Seluruh destinasi tersebut menunjukkan betapa Semarang memiliki karakter wisata yang lengkap, menggabungkan nilai budaya, spiritual, dan rekreasi dalam satu wilayah yang memikat (Prabowo et al., 2025).

Destinasi wisata Masjid Agung Jawa Tengah berperan penting sebagai tempat wisata religi dan budaya karena menggabungkan nilai spiritual, edukatif, serta ekonomi bagi masyarakat sekitar. Keindahan arsitektur dan kegiatan keagamaan yang beragam menjadikannya destinasi yang menarik bagi wisatawan. Meskipun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan pengunjung, masjid ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai ikon wisata religi yang berkelanjutan di Jawa Tengah (Nurulhidayah & Jannah, 2024).

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2025), jumlah wisatawan Kota Semarang mengalami kenaikan signifikan, dan pada tahun 2024 pariwisata kota Semarang mencapai angka 27,9 juta wisatawan.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Kota Semarang (BPS Kota Semarang, 2025) ²⁴

Jenis Objek Wisata	Jumlah Pengunjung (2021)	Jumlah Pengunjung (2022)	Jumlah Pengunjung (2023)	Jumlah Pengunjung (2024)
Budaya	265.587	2.819.236	4.641.338	4.683.764
Bahari	441.557	886.918	751.695	809.319
Pertanian	2.557	14.929	5.055	15.397
Alam	254.610	1.321.853	939.108	1.143.105
Sejarah	607.983	2.819.236	3.656.424	3.690.645
Religi	149.021	267.448	3.545.983	3.661.150
Pendidikan	251	312.664	3.545.983	3.661.150
Kuliner	111.907	3.574.125	3.953.838	3.935.956
Belanja	2.329.971	4.792.019	4.895.804	4.900.755
Buatan	606.486	2.482.882	1.522.735	1.397.079
Total	4.769.930	19.291.310	27.457.963	27.898.320
Persentase Kenaikan (%)		304,44%	42,33%	1,60%

Dari Tabel 1.1, dapat kita lihat bahwa pariwisata di Kota Semarang selalu mengalami kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Pada tahun 2022, pengunjung wisata di Kota Semarang mengalami kenaikan yang sangat besar, yaitu 304,4%. Hal itu dapat terjadi karena pada tahun 2022, Indonesia mulai kembali beraktivitas normal setelah pandemi COVID-19. Dari tabel tersebut, kita juga dapat mengetahui bahwa wisata yang paling banyak dikunjungi di Kota Semarang yaitu wisata belanja, wisata budaya, wisata kuliner, dan sejarah.

Oleh sebab itu, peneliti memilih meneliti Masjid Agung Jawa Tengah karena Masjid Agung Jawa Tengah termasuk dalam kategori wisata religi, budaya, dan sejarah, serta menjadi salah satu ikon Kota Semarang (Nurulhidayah & Jannah, 2024).

Dalam upaya menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan wisata di Masjid Agung Jawa Tengah, peneliti menggunakan pendekatan analisis regresi sebagai metode statistik utama. Teknik ini berfungsi untuk mengidentifikasi serta mengukur hubungan antara variabel terikat, yaitu tingkat pengembangan wisata dengan menggunakan indikator kepuasan wisatawan, dan beberapa variabel bebas yang menjadi komponen utama pariwisata seperti daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, promosi, dan partisipasi masyarakat.

Melalui analisis regresi, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap peningkatan pengunjung dan pengembangan kawasan wisata religi tersebut. Penggunaan regresi linear berganda menjadi pilihan karena memungkinkan analisis terhadap lebih dari satu variabel bebas secara bersamaan, sehingga hasil yang diperoleh lebih komprehensif. Dengan metode ini, dapat diketahui faktor mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap perkembangan wisata Masjid Agung Jawa Tengah serta bagaimana hubungan antarvariabel tersebut saling berinteraksi dalam mendorong kemajuan sektor pariwisata daerah. Temuan dari analisis ini diharapkan mampu menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, serta melestarikan warisan budaya dan agama (Radi Istiyanto et al., 2025).

Menurut penelitian dari Pratiwi et al., (2022) dengan judul Strategi Pengembangan Kampung Topeng Malang sebagai Kampung Wisata Budaya, disebutkan bahwa faktor yang memengaruhi pengembangan dalam pariwisata yaitu daya tarik wisata (atraksi), aksesibilitas, dan fasilitas (amenitas). Dalam kajian kepariwisataan, perkembangan suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh keberadaan dan pengelolaan komponen pariwisata yang terpadu. Setiap komponen berperan penting dalam menciptakan daya saing, meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Komponen yang berpengaruh yaitu daya tarik (atraksi), fasilitas umum (amenitas), aktivitas, dan layanan pendukung (ancillary) (Tambunan et al., 2024).

Penelitian ini dirancang untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah sebagai destinasi budaya, sejarah, dan keagamaan, sekaligus mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam proses tersebut melalui penerapan analisis regresi linear berganda. Tujuan ini selaras dengan upaya memberikan pemahaman empiris mengenai hubungan antarvariabel yang memengaruhi pengembangan wisata religi. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam meningkatkan kompetensi metodologis, bagi pemerintah dan pengelola sebagai dasar perumusan kebijakan, bagi masyarakat

dalam mendorong kesejahteraan, serta bagi akademisi sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Wisata Religi Sebagai Destinasi Budaya Sejarah Dan Keagamaan

Perkembangan sektor kepariwisataan di Indonesia tidak terlepas dari peran dan kerja sama berbagai pihak, baik pemerintah pusat maupun daerah, sektor swasta, BUMN, maupun masyarakat sebagai pelaku utama di lapangan. Kolaborasi harmonis tersebut menjadi fondasi penting dalam membangun industri pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Pemerintah Indonesia menerapkan program Sapta Pesona, yang berisi tujuh unsur utama dalam pengembangan pariwisata: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Program ini berfungsi sebagai pedoman untuk menciptakan lingkungan wisata yang nyaman dan berkesan bagi wisatawan. Penerapan konsep tersebut diharapkan mampu mendorong minat kunjungan ulang serta memperkuat citra positif pariwisata Indonesia (Wahyuni et al., 2022).

Indonesia memiliki beragam potensi destinasi wisata yang mencerminkan kekayaan budaya dan karakter masyarakatnya, mulai dari wisata alam, kuliner, bahari, hingga wisata religi. Wisata religi memiliki peran penting dalam memperkuat nilai-nilai spiritual, pelestarian tradisi lokal, serta memberikan pengalaman moral dan sejarah bagi pengunjung (Muslimah & Sukardi, 2023).

Sebagai daya tarik budaya, sejarah, dan keagamaan, wisata religi tidak hanya berorientasi pada kunjungan fisik ke situs suci, melainkan juga pada nilai-nilai spiritual, moral, dan sosial yang hidup dalam masyarakat. Wisata religi merupakan bagian dari warisan budaya takbenda (*intangible cultural heritage*) yang mencakup praktik kepercayaan, ritual, dan tradisi yang diwariskan secara turun-temurun. Pengembangan wisata religi harus bersifat holistik dan tetap menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan pelestarian nilai keagamaan (Martínez, 2022).

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai tertentu sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik dapat berupa keindahan alam, kekayaan budaya, hasil karya manusia, maupun karakter sosial masyarakat setempat (Tanjung et al., 2022).

Daya tarik berperan besar dalam keberhasilan suatu destinasi karena semakin unik dan indah suatu tempat, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk datang. Kekayaan alam, keberagaman budaya, serta kreativitas masyarakat menjadi faktor pembeda bagi suatu destinasi (Rokhayah & Andriana, 2021).

Menurut Nugraha (2023), daya tarik wisata merupakan alasan utama wisatawan berkunjung ke suatu daerah. Selain menarik minat, keberadaan daya tarik wisata juga mendukung pelestarian adat, budaya, dan warisan bangsa. Tanpa daya tarik yang kuat, kegiatan wisata sulit berkembang dan tidak berkelanjutan

Fasilitas Umum

Fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukannya

untuk mendapat pengalaman rekreasi. Menurut Syahrial dan Badollahi, (dalam Apner Abdon Elake et al., 2024: 265) Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Fasilitas yang lengkap menjadi indikator kualitas suatu destinasi karena dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang inklusif, ramah keluarga, dan mudah diakses mampu meningkatkan pengalaman wisatawan secara signifikan (Aji & Faniza, 2022).

Aktivitas

Aktivitas wisata berperan penting dalam menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Setiap destinasi menawarkan kegiatan yang disesuaikan dengan karakter wilayah, seperti menikmati pemandangan, bersantai, atau mengikuti aktivitas budaya masyarakat (Fanny et al., 2021).

Menurut Muslim (2022), suatu aktivitas wisata dapat dikatakan berhasil apabila memenuhi unsur:

1. inovasi atau kreativitas,
2. keunikan,
3. keragaman kegiatan, serta
4. keberlanjutan dalam pelaksanaannya.

Aktivitas menjadi jembatan antara daya tarik dan kepuasan pengunjung.

Aksesibilitas

Menurut Nugroho (dalam Aliya Alimi & Mukhroji, 2025: 38) Aksesibilitas adalah ukuran seberapa mudah lokasi dapat dijangkau dari lokasi lain melalui sistem transportasi yang tersedia, aspek ini mencakup faktor - faktor seperti waktu, biaya dan upaya yang diperlukan untuk berpindah antara berbagai tempat atau kawasan. Menurut Saleh & Syarifuddin Nugroho (dalam Aliya Alimi & Mukhroji, 2025: 38) Aksesibilitas secara umum dapat diartikan sebagai tingkat kemudahan bagi seseorang untuk mencapai suatu objek, layanan atau lingkungan tertentu, secara etimologis istilah ini berasal dari kata "acces" dalam bahasa inggris, yang berarti jalan masuk dengan demikian aksesibilitas mengacu pada seberapa mudah sesuatu dapat dijangkau atau dicapai. Aksesibilitas memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi wisata. Sarana seperti jalan, transportasi umum, bandara, dan pelabuhan menentukan kemudahan wisatawan mencapai lokasi (Palupiningtyas et al., 2022).

Layanan Pendukung

Menurut Nurhasmi et al., (dalam Revalino Tigor Hasudungan, 2024) Dalam industri pariwisata, kepuasan pengunjung merupakan faktor kunci yang menentukan kesuksesan sebuah destinasi. Apabila konsumen merasa ketidakpuasan, mereka tidak akan kembali dan mungkin akan mengungkapkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Menurut Amalia & Budiono (dalam Revalino Tigor Hasudungan,

2024) Kepuasan konsumen adalah harapan yang terbentuk setelah mereka membandingkan apa yang mereka terima, yang kemudian menimbulkan perasaan senang atau kecewa.

Menurut Ronasih & Widhiastuti, (dalam Revalino Tigor Hasudungan, 2024) Tingginya tingkat kepuasan dapat meningkatkan loyalitas pengunjung dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Faktor-faktor seperti daya tarik wisata dan persepsi harga memiliki peran signifikan dalam membentuk kepuasan pengunjung.

Jika pengalaman lebih baik dari ekspektasi, wisatawan akan merasa sangat puas, sedangkan jika lebih rendah akan muncul ketidakpuasan (Rahma Alana & Putro, 2020). Kepuasan wisatawan berpengaruh pada loyalitas dan potensi kunjungan ulang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis hubungan dan pengaruh antarvariabel yang diteliti secara empiris dan terukur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hipotesis secara objektif melalui analisis statistik, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara terbatas. Desain penelitian bersifat eksplanatori, yaitu menjelaskan pengaruh variabel independen berupa daya tarik, fasilitas, aktivitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung terhadap variabel dependen kepuasan wisatawan. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur dengan skala pengukuran numerik. Hubungan sebab-akibat antarvariabel dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Dengan desain ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang sistematis mengenai faktor-faktor penentu kepuasan wisatawan sebagai indikator keberhasilan pengembangan wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah.

Data dalam penelitian ini merupakan informasi empiris yang dikumpulkan untuk mendukung proses analisis dan pengujian hipotesis. Sumber data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form serta wawancara singkat dengan wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Jawa Tengah. Data ini merepresentasikan persepsi dan pengalaman aktual wisatawan terhadap pengembangan wisata religi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan resmi, publikasi pemerintah, dan sumber daring yang relevan. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan memberikan konteks empiris bagi hasil analisis data primer.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke destinasi wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan kesiediaan individu yang memenuhi kriteria penelitian. Sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 10%. Dengan asumsi proporsi populasi maksimum sebesar 0,5, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96,4 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik ini dianggap memadai untuk menghasilkan sampel

yang representatif, sekaligus memungkinkan pengumpulan data yang efisien dalam kondisi keterbatasan informasi populasi.

Analisis data dilakukan setelah seluruh kuesioner terkumpul dan dinyatakan layak untuk diolah. Data dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Tahapan analisis diawali dengan uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi alat ukur. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, guna memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik. Teknik analisis utama yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden dalam penelitian ini terdiri dari 97 wisatawan yang memenuhi kriteria sebagai sampel. Data karakteristik responden diperlukan untuk memberikan konteks awal terhadap interpretasi hasil analisis. Untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai komposisi sampel, data mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal daerah, dan moda transportasi disusun dan ditampilkan secara ringkas pada tabel berikut.

Tabel 2. Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	60	62%
	Perempuan	37	38%
Domisili	Kota Semarang	40	41%
	Luar Kota Semarang	57	59%
	Pribadi	88	91%
Kendaraan	Umum	3	3%
	Rombongan	6	6%

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Penyajian tabel ini memberikan gambaran umum mengenai latar belakang responden yang dapat memengaruhi persepsi dan penilaian mereka terhadap variabel penelitian. Mayoritas responden berasal dari luar Kota Semarang dan menggunakan kendaraan pribadi, yang menunjukkan bahwa Masjid Agung Jawa Tengah memiliki daya tarik lintas regional sekaligus menegaskan pentingnya aspek aksesibilitas dalam mendukung kunjungan wisatawan.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian dianalisis melalui uji validitas untuk memastikan ketepatan pengukuran. Seluruh item pada variabel daya tarik, fasilitas umum, aktivitas, aksesibilitas, layanan pendukung, dan kepuasan wisatawan memiliki nilai korelasi yang melewati batas r tabel, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Validitas

Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
X1.1	0,900	0,1996	Valid
X1.2	0,879	0,1996	Valid

X1.3	0,886	0,1996	Valid
X1.4	0,850	0,1996	Valid
X1.5	0,821	0,1996	Valid
X2.1	0,880	0,1996	Valid
X2.2	0,894	0,1996	Valid
X2.3	0,880	0,1996	Valid
X2.4	0,829	0,1996	Valid
X2.5	0,847	0,1996	Valid
X3.1	0,851	0,1996	Valid
X3.2	0,778	0,1996	Valid
X3.3	0,869	0,1996	Valid
X3.4	0,875	0,1996	Valid
X3.5	0,879	0,1996	Valid
X4.1	0,901	0,1996	Valid
X4.2	0,906	0,1996	Valid
X4.3	0,885	0,1996	Valid
X4.4	0,844	0,1996	Valid
X4.5	0,875	0,1996	Valid
X5.1	0,891	0,1996	Valid
X5.2	0,893	0,1996	Valid
X5.3	0,909	0,1996	Valid
X5.4	0,897	0,1996	Valid
X5.5	0,874	0,1996	Valid
Y1	0,878	0,1996	Valid
Y2	0,869	0,1996	Valid
Y3	0,933	0,1996	Valid
Y4	0,864	0,1996	Valid
Y5	0,915	0,1996	Valid

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa Seluruh item pernyataan pada variabel X1 hingga X5 serta variabel Y dinyatakan valid karena nilai rhitung yang berada pada rentang 0,778 hingga 0,933 seluruhnya lebih besar dari rtabel sebesar 0,1996. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan layak digunakan dalam analisis penelitian. Setelah instrumen dinyatakan valid, dilakukan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi internal.

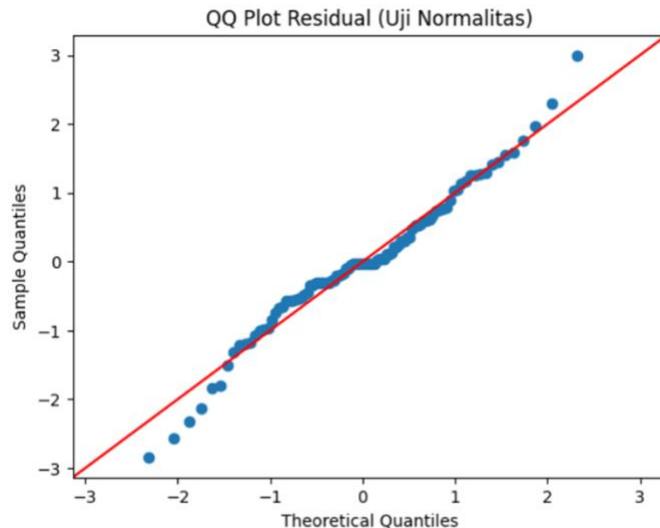
Berdasarkan uji reliabilitas Cronbach's Alpha, diperoleh nilai sebesar 0,979 untuk 30 item pernyataan, yang jauh di atas batas minimum 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan reliabel. Dengan nilai reliabilitas yang sangat tinggi tersebut, kuesioner dinyatakan layak digunakan karena mampu menghasilkan data yang stabil, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Total Item	Nilai Cronbach Alpha	Kategori
30	0,979 > 0,5	Sangat Baik

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Analisis berlanjut pada pengujian asumsi klasik yang diperlukan sebelum menerapkan regresi linear berganda. Uji normalitas residual dilakukan dan divisualisasikan melalui Q-Q Plot untuk menggambarkan pola persebaran residual apakah mengikuti distribusi normal.



Gambar 1. QQ Plot

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan grafik Q-Q Plot, residual tampak menyebar mengikuti garis diagonal sehingga menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal. Untuk memperkuat temuan visual tersebut, dilakukan pula uji normalitas Kolmogorov-Smirnov sebagai pengujian statistik guna menilai kesesuaian distribusi residual terhadap distribusi normal secara lebih objektif.

Tabel 5. Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov	P-Value	Keputusan
0,0908	0,3781	Distribusi Normal

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh p-value sebesar 0,3781, yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lanjutan. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menampilkan nilai VIF dan Tolerance yang ditampilkan pada tabel berikut.

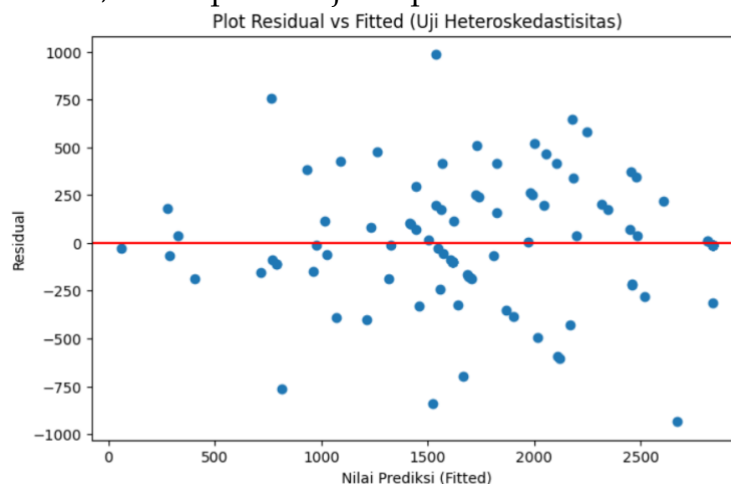
Tabel 5. Vif

Variabel	VIF
Const	8,2884
X1 Daya Tarik	2,6127
X2 Fasilitas Umum	6,1309
X3 Aktivitas	5,0179
X4 Aksesibilitas	4,7087
X5 Layanan Pendukung	4,6245

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan dalam tabel, diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk seluruh variabel independen berada di bawah batas kritis 10. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan

tidak mengalami masalah multikolinieritas. Selanjutnya, untuk menguji ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, scatterplot disajikan pada Gambar 2.



Gambar 1. QQ Plot

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Dapat dilihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu. Pola sebaran tersebut menunjukkan bahwa variansi residual bersifat konstan pada berbagai tingkat nilai variabel independen. Dengan demikian, berdasarkan pengujian secara visual dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk memperkuat temuan dari analisis visual, uji heteroskedastisitas juga dilakukan secara statistik menggunakan uji Breusch-Pagan. Uji ini digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan menilai hubungan antara variansi residual dan variabel independen dalam model regresi.

(Sumber: Olahan Data Pene Tabel 6. Breusch Pagan)

Uji Heterokedastisitas (Breusch-Pagan)	
LM Statistic	3,8661
LM p-value	0,5688
f-statistik	0,7555
F-Test p-value	0,5842

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Hasil uji Breusch-Pagan menunjukkan nilai p-value LM sebesar 0,5688 dan p-value F sebesar 0,5842, keduanya lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, hipotesis nol tidak ditolak, sehingga model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Setelah semua asumsi terpenuhi, analisis regresi linier berganda dilakukan. Ringkasan hasil regresi disajikan dan dianalisis pada bagian berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi

Dep. Variable:	Kepuasan Wiusatawan	R-Squared:	0,81			
Model:	OLS	Adj. R-Squared:	0,800			
Method:	Least Square	F-statistic:	12,99			
No. Observations:	97	Prob (F-stat.):	2,70e-31			
Df Residuals:	91	Log-Likelihood:	-699,82			
Df Model:	5	AIC:	1412			
Covariance Type:	Non Robust	BIC:	1427			
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]

const	10,8059	99,258	0,109	0,914	-186	208
Daya Tarik	0,0572	0,023	2,458	0,016	0,011	0,103
Fasilitas Umum	0,6539	0,294	2,221	0,029	0,069	1,239
Aktivitas	-0,1951	0,177	-1,105	0,272	-0,546	0,156
Aksesibilitas	0,4934	0,542	0,911	0,365	-0,583	1,569
Layanan Pendukung	1,5197	0,267	5,683	0,000	0,989	2,051

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil estimasi OLS, maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 10,8059 + 0,0572 X_1 + 0,6539X_2 - 0,1951 X_3 + 0,4934X_4 + 1,5197X_5 + e$$

Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa peningkatan masing-masing variabel independen memberikan besaran kenaikan kepuasan wisatawan yang berbeda. Setiap kenaikan 1 poin Daya Tarik meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,0572 poin, sedangkan Fasilitas Umum memberikan peningkatan sebesar 0,6539 poin. Sebaliknya, Aktivitas menunjukkan pengaruh negatif dengan penurunan kepuasan sebesar 0,1951 poin. Selanjutnya, peningkatan Aksesibilitas menaikkan kepuasan wisatawan sebesar 0,4934 poin, sementara Layanan Pendukung memberikan pengaruh paling besar, yaitu peningkatan kepuasan sebesar 1,5197 poin untuk setiap kenaikan 1 poin variabel. Temuan ini menegaskan bahwa Layanan Pendukung dan Fasilitas Umum merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dibandingkan variabel lainnya.

Dari hasil tersebut diketahui bahwa variabel daya tarik ($p = 0,016$), fasilitas umum ($p = 0,029$), dan layanan pendukung ($p = 0,000$) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Layanan pendukung menjadi variabel yang paling dominan, dibuktikan dengan nilai signifikansi paling kecil. Sementara itu, variabel aktivitas ($p = 0,272$) dan aksesibilitas ($p = 0,365$) tidak berpengaruh signifikan. Angka-angka ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan lebih dipengaruhi oleh kualitas daya tarik destinasi, kelengkapan fasilitas, dan mutu layanan pendukung, bukan oleh aktivitas maupun aksesibilitas yang dinilai sudah cukup memadai.

Pada pengujian simultan, nilai Fhitung sebesar 12,99 dengan signifikansi $p = 2,70 \times 10^{-31}$, yang berarti seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Hasil ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kesesuaian yang sangat baik (goodness of fit). Selain itu, nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,81$, menunjukkan bahwa 81% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas dalam model. Sisanya 19% dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman pribadi, citra destinasi, harga, atau promosi digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan pada destinasi wisata religi Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) dipengaruhi oleh lima variabel utama, yaitu daya tarik, fasilitas umum, aktivitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung, dengan besaran pengaruh yang berbeda-beda.

Secara parsial, variabel Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan koefisien regresi sebesar 0,0572 dan nilai signifikansi $p = 0,016$, yang berarti setiap peningkatan 1 poin Daya Tarik akan meningkatkan

kepuasan wisatawan sebesar 0,0572 poin. Variabel Fasilitas Umum juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,6539 dan $p = 0,029$, yang menunjukkan bahwa peningkatan 1 poin Fasilitas Umum akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,6539 poin. Selanjutnya, variabel Layanan Pendukung merupakan faktor yang paling dominan dengan koefisien regresi tertinggi sebesar 1,5197 dan nilai signifikansi $p = 0,000$, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 poin Layanan Pendukung mampu meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 1,5197 poin.

Sementara itu, variabel Aktivitas menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar $-0,1951$ dengan $p = 0,272$, yang berarti bahwa peningkatan aktivitas sebesar 1 poin cenderung menurunkan kepuasan wisatawan sebesar 0,1951 poin, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Variabel Aksesibilitas memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,4934, namun tidak signifikan ($p = 0,365$), yang menunjukkan bahwa peningkatan aksesibilitas sebesar 1 poin belum terbukti meningkatkan kepuasan wisatawan secara nyata.

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 12,99 dengan tingkat signifikansi $p = 2,70 \times 10^{-31}$, yang menegaskan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,81 menunjukkan bahwa 81% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variasi daya tarik, fasilitas umum, aktivitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung, sedangkan 19% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan pendukung dan fasilitas umum disarankan menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan wisata religi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan secara berkelanjutan.

References :

- Aji, R. R., & Faniza, V. (2022). Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pengembangan Komponen Pariwisata di Desa Wisata Pentingsari. 9, 47-59. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i02.703>
- Akbar, J. M. (2020). Pengaruh Pelayanan, Obyek Dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Alimi, A., & Mukhroji, M. (2025). PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK WISATA, DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA DI KABUPATEN CILACAP. JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI, 2(6), 35-47.
- Arsi, A. (2021). Langkah -Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss, 1-8.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). Kota Semarang Dalam Angka 2025. In Semarang : BPS Kota Semarang (Vol. 52).
- Cita Rahma Utami, V. T. A. W. (2023). Evaluasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Objek Wisata Kota Semarang. Innovative: Journal Of Social Science ..., 3, 4994-5007.
- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Susilaningsih, N. (2021). Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity Dan Ancillary terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri. In Conference on Economic and Business Innovation (CEBI), 35, 1-11.
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., & Ufie, A. J. (2024). Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. Jurnal Administrasi Terapan, 3(1), 264-272.

- Fanny, Arif, M., & Aslami, N. (2021). Analisa Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dengan Kerangka 6A Di Desa Pematang Johar Kabupaten Deli Serdang. 3(1), 167-186.
- Fazia, R. (2021). Strategi Penguatan Dampak ISPO Terhadap Lembaga Koperasi dan Petani Sawit Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda, Partial Least Square (PLS), dan TOPSIS. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu. (Arib, M. F., dkk., 2024). : : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa, 2(2), 256-270.
- Hasudungan, R. T. (2024). Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga melalui Lifestyle. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(1), 1-8.
- Ibrahim, Y., Maryati, S., Iqbal, M., & Pratama, L. (2024). Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Pariwisata dalam. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Interdisipliner*, 1(1), 86-96. <https://doi.org/10.37905/jrpi.v1i1>.
- Istiyanto, R., Usman, F., & Hasyim, A. W. (2025). Strategi Pengembangan Wisata Relegi Desa Kuncen Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(1), 221-232.
- Leylita Novita Rossadi, & Endang Widayati. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109-116. <https://doi.org/10.36594/jtec/cwkvga87>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martínez, C. R. (2022). Relevancia de los aspectos religiosos y espirituales como componentes del patrimonio inmaterial. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5(1), 136-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8274908>
- Mohamad Bagus Chanif Muslim. (2022). Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 74-87. <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.200>
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2012). Introduction to Linear Regression Analysis. In *Educacao e Sociedade* (Fifth, Vol. 1, Issue 1). Wiley. http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf <https://direitoufma2010.files.wordpress.com/2010/>
- Muslimah, A. A., & Sukardi, A. S. (2023). Pemberdayaan Umkm Dalam Mengelola Kawasan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Demak Tahun 2021-2022. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(3), 415. <https://doi.org/10.21043/jebisku.v1i3.693>
- Mustika Syarifuddin, & Tiara Ramadhani Ali. (2025). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Pariwisata di Kota Parepare. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(2), 184-195. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v21i2.686>
- Nugraha, R. N., & Mawo, M. L. (2023). Daya Tarik Wisata Taman Ismail Marzuki Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 236-240. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57955>
- Nurulhidayah, A., & Jannah, D. N. (2024). Transformasi Sosial dan Budaya Melalui Wisata Religi di Masjid Agung Semarang. *Sapta Pesona : Jurnal Kepariwisata*, 2(2).
- Palupiningtyas, D., Supriyadi, A., Yulianto, H., & Dewi Maria, A. (2022). Pengembangan

- Destinasi Wisata Masjid Kapal Safinatun Najah dengan Komponen Pariwisata 3A di Kota Semarang. *Media Wisata*, 20(1), 41-51. <https://doi.org/10.36276/mws.v20i1.168>
- Prabowo, H., Hanoum, F. C., Rizan, M., Kresnamurti, A., Kusumaningtyas, D. P., Utari, E. D., Budoyo, S., Sutono, A., & Lestari, P. (2025). Penguatan Kapasitas Masyarakat dalam Mengembangkan Tempat Objek Wisata Kota Semarang Berbasis Pemasaran Digital. 2, 01-11.
- Pratiwi, M. A., Giriwati, N. S. S., Yusran, Y. A., & Santosa, H. (2022). Strategi Pengembangan Kampung Topeng Malang sebagai Kampung Wisata Budaya. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 20(2), 85-96. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2022.020.02.8>
- Putu, S. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel; Pendekatan Methodology Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721-2731.
- Rahma Alana, P., & Askriyandoko Putro, T. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 5(2), 180-194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10-18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- S, I. J., & Sari, A. P. (2024). Kinerja Pariwisata Indonesia 2024 Positif, Sumbang Devisa 12,63 Miliar Dollar AS hingga Raih 67 Penghargaan. *Kompas.Com*. <https://travel.kompas.com/read/2024/12/27/145923027/kinerja-pariwisata-indonesia-2024-positif-sumbang-devisa-1263-miliar-dollar>
- Tambunan, R. E., Nugroho, R. A., & Dewanti, A. N. (2024). 10.Ribka+Elizabeth+Tambunan_08201072_Jurnal+Compact_2. 03(01), 89-104.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146-156.
- Taresa, A. (2024). Analisis Perencanaan Pengembangan Pariwisata dan Hotel di Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah, 10(S1), 379-390.
- Yayuk Indrasari. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44-49.