

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA,
FASILITAS, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI KE WISATA MUSEUM TAMAN
CANDI NUSANTARA (TCN) LINGGOASRI PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SUKMA RAMADANI

NIM 4121047

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA,
FASILITAS, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI KE WISATA MUSEUM TAMAN
CANDI NUSANTARA (TCN) LINGGOASRI PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SUKMA RAMADANI

NIM 4121047

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sukma Ramadani

NIM : 4121047

Judul Skripsi : **Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara Linggoasri Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 13 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Sukma Ramadani

NIM. 4121047

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Sukma Ramadani

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka Bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Sukma Ramadani**

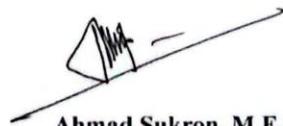
NIM : **4121047**

Judul Skripsi : **Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara Linggoasri Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 Juni 2025
Pembimbing.



Ahmad Sukron, M.E.I.
NIP. 197110152005011003

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara/i:

Nama : **Sukma Ramadani**
NIM : **4121047**
Judul Skripsi : **Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan**
Dosen Pembimbing : **Ahmad Sukron, M.E.I.**

Telah diujikan pada hari selasa, tanggal 8 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Happy Sista Devy, M.M.
NIP. 19931014 201801 2 003


Syifa Rohmah, M.M.
NIP. 19940822 202203 2 001

Pekalongan, 11 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. AM. Muh. Khufidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 19780616 200312 1 003

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

(Baskara Putra-Hindia)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Prodi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Pertama dan yang paling utama penulis panjatkan puji syukur kepada Allah swt yang telah memberikan nikmat iman, sehat, panjang umur dan segala yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini
2. Kepada diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang sejauh ini, bersabar dalam setiap keadaan, berusaha meski lelah dan tetap terus melangkah. Semoga karya ini bisa menjadi bukti pertanggungjawaban atas apa yang telah di pilih dan dimulai.
3. Kedua orang tua Ibu Hartinah tercinta dan Bapak Dono Suwito (Alm), terimakasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa yang selalu mengiringi setiap langkahku, selalu memberi dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraih cita-cita. Semoga karya ini bisa menjadi bukti lelah dan segala usaha beliau. Untuk mamak sehat selalu dan panjang umur mak, love you. Untuk Bapak bahagia di sana pak, miss you.
4. Kakak-kakak saya yang tersayang Eka fitriana, Galih wihardo dan Indri lestariati yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk saya sampai sekarang ini.

- 
5. Almameter penulis Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menjadi wadah ilmu bagi penulis selama kuliah.
 6. Bapak Ahmad Sukron M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi juga penasehat akademik saya yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
 7. Guru, teladan, sekaligus orang tua spiritual, beliau Abah kyai Fakhrudin dan Umi Nyai Rumsah, yang tak pernah lelah membimbing dengan ilmu, doa, dan kasih sayang. Terima kasih atas setiap nasehat, inspirasi, dan dukungan yang tak terhingga, yang telah membentuk karakter dan perjalanan hidup saya.
 8. Sahabat pejuang S.E., Abil, Zizah dan Nurul terimakasih telah menjadi sahabat dari awal mencari ilmu di UIN Gusdur tercinta ini, dan menjadi teman berkeluh kesah selama masa skripsian ini saling memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini.
 9. Sahabat-sahabat pondok Yonanda, Fadrika dan Nala yang telah menjadi besti selama hampir empat tahun di pondok dan senantiasa memberikan dukungan, arahan, dan motivasi untuk menjadi lebih baik lagi.
 10. Sahabat hadrohku Mba Rizqoh, Fidah dan Sinta yang memberi motivasi dan semangat agar skripsi ini cepat selesai.
 11. Teman saya Maula, Nayla, Ine, Ela, mba Lili, mba Anisa, mba Hamidah, mba Arum, Mb Isun, serta santri putra dan putri di Pondok Pesantren Ittihadus Syafi'iyah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu saya berupa doa, support, dan saran pada pelaksanaan skripsi ini.
 12. Teman-teman ekonomi syariah angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini. Semoga ilmu yang didapat bermanfaat, berguna dan berkah
 13. Serta semua pihak yang mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu, terimakasih.

ABSTRAK

Sukma Ramadani, Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan.

Industri pariwisata Indonesia berkembang pesat sebagai pendorong utama ekonomi nasional melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan devisa, dan pendapatan masyarakat. Pengembangan objek wisata yang menarik menjadi kunci daya tarik pariwisata untuk meningkatkan kualitas kawasan, kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya, dan perlindungan lingkungan. Keberhasilan pariwisata membutuhkan dukungan pemerintah dan pengelolaan yang baik untuk memastikan manfaat optimal bagi masyarakat sekitar.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan sampel penelitian ini adalah 96 responden. Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan data yang dihitung menggunakan rumus Cochran, SPSS versi 22 digunakan untuk menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persamaan regresi linear berganda, uji T, uji F, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara parsial Persepsi Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Namun untuk Daya Tarik Wisata dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah 0,594 atau 59%.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas, dan Promosi

ABSTRACT

Sukma Ramadani, *The Influence of Tourist Attractions, Price Perceptions, Facilities, and Promotions on the Interest in Revisiting the Linggoasri Nusantara Temple Museum (TCN) in Pekalongan.*

The Indonesian tourism industry is growing rapidly as the main driver of the national economy through employment absorption, increasing foreign exchange, and community income. The development of attractive tourist attractions is the key to tourism attractions to improve the quality of the area, community welfare, cultural preservation, and environmental protection. The success of tourism requires government support and good management to ensure optimal benefits for the surrounding community.

This study is a field study using accidental sampling techniques, data collection techniques using questionnaires, and the sample of this study was 96 respondents. After conducting the study, the researcher obtained data calculated using the Cochran formula, SPSS version 22 was used to analyze the data. The data analysis techniques used are multiple linear regression equation analysis, T test, F test, and determination coefficient analysis.

The results of the study indicate that: partially, Price Perceptions and Facilities have a positive and significant effect on the Interest in Revisiting. However, Tourist Attractions and Promotions do not affect the Interest in Revisiting. Simultaneously, the four variables have a positive and significant effect on Revisit Interest with a calculated F value greater than the F table and a significance level below 0.05. The resulting determination coefficient value is 0.594 or 59%.

Keywords: Tourist Attraction, Price Perception, Facilities, and Promotion

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M. Ag, selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Ahmad Sukron M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi (DPS) dan juga dosen penasehat akademik (DPA) yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff

7. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberi dukungan penuh baik dari segi moral maupun moral dalam setiap perjalanan meraih cita-cita.
8. Kepada sahabat dan teman-teman penulis terimakasih banyak telah mensupport, menghibur serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat dan berguna bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 28 Mei 2025

Peneliti

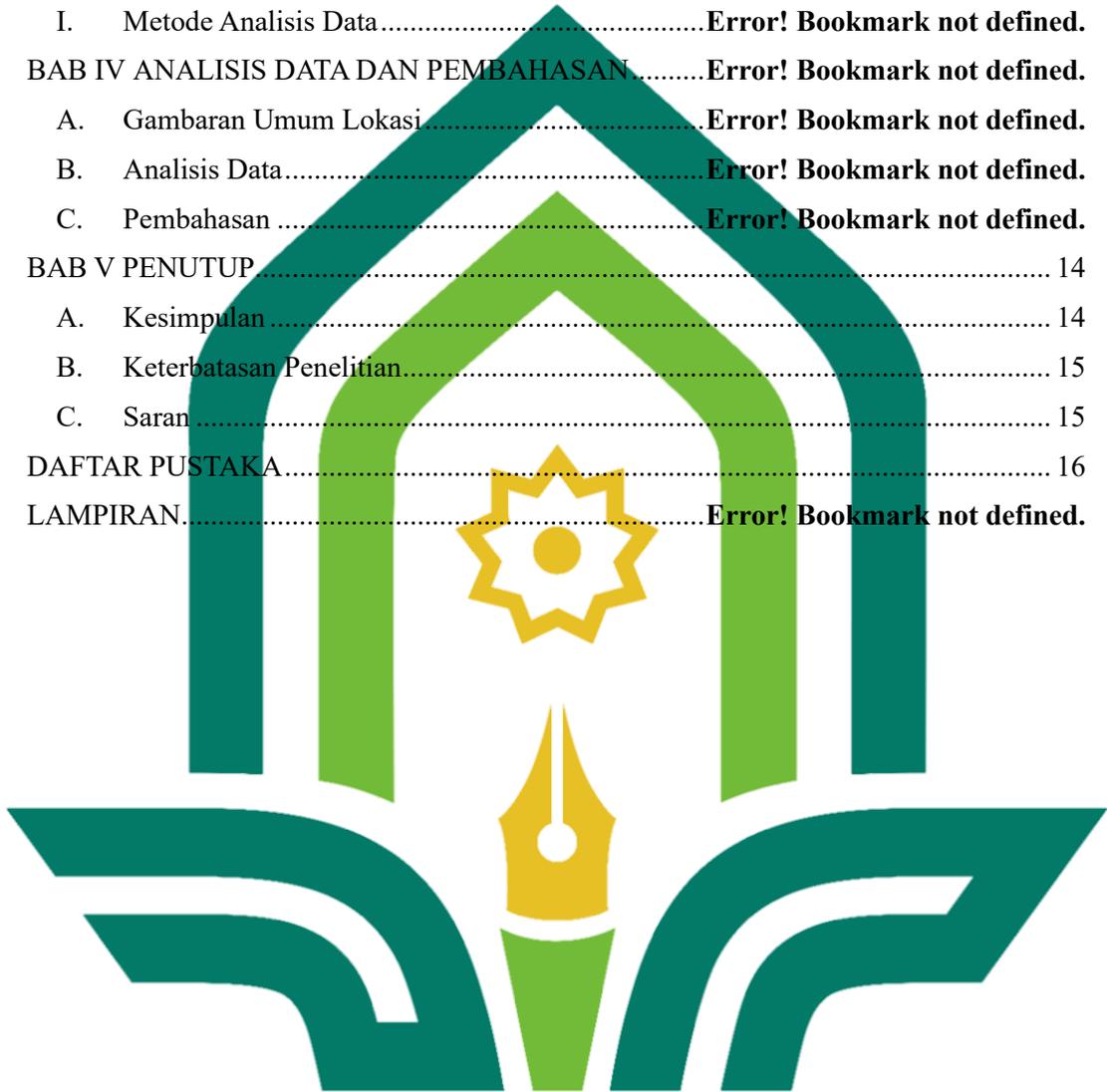


Sukma Ramadani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
B. Telaah Pustaka	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. <i>Setting</i> Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	Error! Bookmark not defined.

G. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
H. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
I. Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	14
A. Kesimpulan.....	14
B. Keterbatasan Penelitian.....	15
C. Saran.....	15
DAFTAR PUSTAKA.....	16
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berlandaskan pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia

dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, yang terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*)

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
..... َ	Fattah	A	A
..... ِ	Kasrah	I	I
..... ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
-------------	------	-------------	------

... يَ	Fattah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	Fattah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ ditulis Kataba
فَعَلَ ditulis Fa'ala
سُئِلَ ditulis Su'ila

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
....أى....	Fattah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
.....ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
.....ؤ	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ ditulis Qāla
رَمَى ditulis Ramā
قِيلَ ditulis Qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مَرَّةٌ جَمِيلَةٌ

ditulis

mar'atun jamīlah

2. Ta'marbutah mati, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فَاطِمَةٌ

ditulis

fāṭimah

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

ditulis

raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

أَلَمْ يَدِي مِنْ أَلْتَنَةِ وَرَةِ

ditulis

al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah

طَلْحَةُ

ditulis

talhah

5. Syaddah

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah atau tasyid tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا

ditulis

rabbānā

الْبِرِّ

ditulis

al-birr

6. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sempang.

Contoh:

القَمَرِ

ditulis

al-qamar

البَدِيعِ

ditulis

al-badi'

7. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof /'/.

Contoh:

أَمْرٌ ditulis *umirtu*

شَيْءٌ ditulis *syai'un*

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأِنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ditulis Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqîn

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ ditulis Ibrāhîm al-Khalîl

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ ditulis Wa mā Muhammadun illā rasl

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

ditulis

Lillāhi al-amrujamî'an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Wisatawan Museum Taman Candi Nusantara Linggoasri 2024	3
Tabel 1. 2 Fasilitas yang tersedia di Museum Taman Candi Nusantara	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 karakteristik responden berdasarkan intensitas berkunjung .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil jawaban responden terhadap variabel X1 ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil jawaban responden terhadap variabel X2 ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil jawaban responden terhadap variabel X3 ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil jawaban responden terhadap variabel X4 .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Hasil jawaban responden terhadap variabel Y....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	Error! Bookmark not defined.
------------------------------------	-------------------------------------



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Hasil Output Dengan Program IBM SPSS 22.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Tabel r.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Tabel t.....	Error! Bookmark not defined.

Lampiran 6. Tabel f.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7. Surat ijin penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8. Surat telah melakukan penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9. Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	Error! Bookmark not defined.



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata kini menjadi salah satu pendorong utama perekonomian nasional. Zaman sekarang perkembangan pariwisata di Indonesia sangat berkembang pesat, memberikan kontribusi signifikan seperti penyerapan tenaga kerja lokal, peningkatan devisa, dan peningkatan pendapatan masyarakat (Luturien, 2019). Salah satu yang berkembang pesat dalam sektor pariwisata tersebut ditandai dengan banyaknya objek wisata yang dikembangkan menjadi lebih menarik, baik itu wisata alam maupun non-alam. Pengembangan ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti mengubah tampilan lokasi atau menerapkan metode lain yang bertujuan untuk memikat wisatawan agar tertarik untuk menjelajahi tempat-tempat tersebut (Khanifa, 2024).

Daya tarik wisata memegang peranan krusial dalam industri pariwisata, khususnya bagi tempat-tempat yang populer di kalangan wisatawan. Pembangunan pariwisata di suatu daerah bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan estetika kawasan, yang diharapkan dapat memberikan manfaat positif seperti peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya, dan perlindungan lingkungan. Oleh karena itu, pengelolaan pembangunan pariwisata yang baik adalah suatu keharusan

(Abdul Kadir et al., 2022). Ketika suatu pariwisata direncanakan dengan baik, manfaatnya akan dirasakan oleh masyarakat di sekitarnya. Keberhasilan pariwisata dapat dilihat dari bagaimana pemerintah mendukung dan mendorong kemajuannya. Salah satu tolok ukur keberhasilan yang dapat diamati adalah peningkatan jumlah wisatawan dari waktu ke waktu.

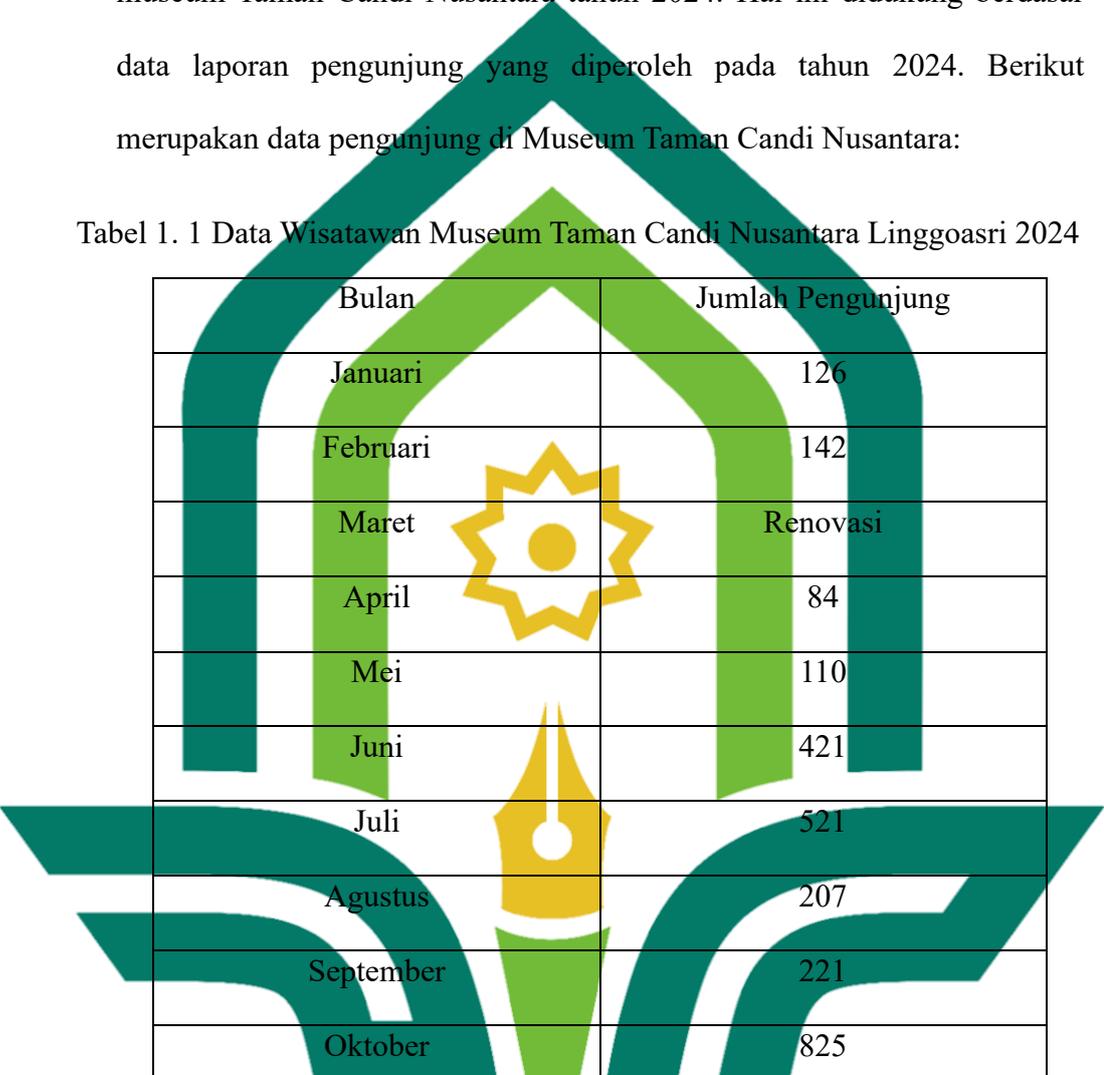
Setiap daerah memiliki tempat wisata, baik yang dikelola oleh pemerintah daerah maupun sektor swasta, Pekalongan sebuah kota di Jawa Tengah yang terkenal dengan industri batiknya, juga memiliki beragam tempat wisata, baik wisata alam maupun non-alam. Salah satu contoh wisata non-alam di Pekalongan adalah Wisata Museum Taman Candi Nusantara di Linggoasri.

Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN), merupakan museum yang berada di Kab. Pekalongan, terletak di Jalan Lingkar Wisata Desa Linggoasri (Gang Pura Kalingga) Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan. Wisata Museum TCN sebagai satu-satunya museum di Pekalongan yang menyuguhkan miniature candi di nusantara dengan perbandingan 1:25 meter dengan ukuran asli. Terdapat juga koleksi benda cagar budaya yang beragam di museum ini, yang berasal dari Kab. Pekalongan dan sekitarnya (Kusyanto, 2024).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik wisata museum taman candi nusantara pada hari Jum'at tanggal 18 Oktober 2024 yakni Bapak Junardi Dwi P, diketahui bahwa

terjadi kunjungan wisata TCN yang fluktuatif pada kunjungan wisata museum Taman Candi Nusantara tahun 2024. Hal ini didukung berdasar data laporan pengunjung yang diperoleh pada tahun 2024. Berikut merupakan data pengunjung di Museum Taman Candi Nusantara:

Tabel 1. 1 Data Wisatawan Museum Taman Candi Nusantara Linggoasri 2024



Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	126
Februari	142
Maret	Renovasi
April	84
Mei	110
Juni	421
Juli	521
Agustus	207
September	221
Oktober	825
November	243
Desember	244
TOTAL	3.144

Sumber: Daftar Kunjungan Wisata Museum Taman Candi Nusantara, 2024

Berdasarkan data kunjungan selama satu tahun terakhir, total pengunjung mencapai 3.144 orang. Terdapat penurunan jumlah kunjungan wisatawan dapat mengindikasikan minat kunjung kembali yang rendah.

Namun, kenaikan kunjungan pada bulan-bulan tertentu, menandakan minat yang tinggi dari masyarakat terhadap destinasi wisata budaya ini, terutama saat musim liburan ataupun agenda sekolah seperti *study tour*, foto *yearbook* dan agenda khusus lainnya. Hal ini menjadi penguat bahwa museum ini memiliki daya tarik kuat sebagai sarana edukasi dan rekreasi yang terus berkembang.

Fasilitas di sana juga cukup lengkap, berikut fasilitas yang mampu membuat minat wisatawan berkunjung kembali, seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Fasilitas yang tersedia di Museum Taman Candi Nusantara

No.	Fasilitas	Keterangan
1.	Ruang Kantin	Menjual aneka minuman
2.	Area parkir	Tempat untuk parkir
3.	Gazebo	Tempat peristirahatan pengunjung
4.	Pemandian air hangat	Untuk mandi dan berenang
5.	Penginapan	Tempat untuk menginap wisatawan
6.	Ruang pameran koleksi benda cagar budaya	Tempat menyimpan berbagai macam koleksi benda cagar budaya
7.	Area rooftop	Tempat untuk menikmati pemandangan alam dari atas
8.	Mushola	Tempat untuk sholat
9.	Toilet	-

Sumber: Brosure Wisata Museum Taman Candi Nusantara, 2024

Selain fasilitas, promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola juga sudah ada, seperti melalui instagram, facebook dan google. Namun dengan daya tarik wisata yang memikat, harga tiket yang terjangkau, adanya fasilitas yang disediakan cukup lengkap, serta promosi media yang sudah cukup akan tetapi jumlah pengunjung yang datang ke Taman Candi Nusantara tidak stabil. Untuk mempertahankan eksistensi wisata ini, penting untuk segera mengidentifikasi penyebab naik turunnya jumlah pengunjung. Hal ini bertujuan untuk menciptakan persepsi nilai yang positif serta menciptakan citra destinasi yang baik, sehingga TCN dapat terus eksis dan kompetitif di tengah persaingan wisata di Pekalongan (Utami & Ferdinand, 2019).

Keinginan seseorang untuk kembali mengunjungi destinasi yang memiliki keunikan tertentu dikenal sebagai minat untuk berkunjung ulang. Dalam dunia pemasaran, perusahaan menggunakan pendekatan strategis dengan mempelajari berbagai aspek perilaku konsumen yang dapat memengaruhi keinginan wisatawan untuk datang kembali. Melalui pemahaman mendalam terhadap aspek-aspek tersebut, perusahaan mampu mengenali kebutuhan serta kecenderungan wisatawan, kemudian menyesuaikan pendekatan pemasaran mereka guna mendorong minat wisatawan agar berkunjung lagi (Apriliani et al., 2024). Terdapat berbagai elemen yang dianggap berperan dalam memengaruhi keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang, di antaranya adalah daya tarik dari destinasi wisata itu sendiri.

Daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai berbagai hal yang memiliki keistimewaan, aksesibilitas, dan manfaat berupa keberagaman kekayaan alam, warisan budaya, serta kreasi manusia yang menjadi tujuan atau objek kunjungan wisata (Ariyani et al., 2022). Perkembangan daya tarik wisata sangat erat kaitannya dengan preferensi dan kebutuhan pengunjung (Setyawan, 2017).

Pada obyek wisata museum taman candi nusantara memiliki daya tarik wisata mulai dari panorama alam yang sangat indah, udara sejuk, koleksi benda cagar budaya yang beragam di museum ini, yang berasal dari Kab. Pekalongan dan sekitarnya dan juga menjadi tempat berlibur sekaligus wisata edukasi (Sappewali et al., 2022). Penelitian Ariyani et al., (2022) menunjukkan bahwa daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung kembali. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Alnawati et al., (2024) yang justru menemukan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Selain daya tarik wisata, faktor lain yang juga dianggap mampu memengaruhi minat berkunjung ulang adalah persepsi harga.

Persepsi harga sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran wisata. Persepsi harga merujuk pada cara konsumen menilai dan menginterpretasikan informasi terkait harga. Konsumen seringkali membandingkan harga yang tertera dengan yang mereka harapkan atau kisaran harga yang wajar. Persepsi ini kemudian membentuk pandangan masyarakat terhadap nilai yang pantas untuk suatu produk atau jasa

(Kusdyah, 2012). Pada wisata museum taman candi nusantara, harga tiket nya sebesar Rp. 10.000 rupiah. Dengan harga tiket Rp. 10.000 rupiah dirasa sangat terjangkau oleh masyarakat, karena dengan nominal tersebut, banyak orang dapat menikmati berbagai fasilitas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Hasil dari penelitian Apriliani et al., (2024) menghasilkan sebuah pernyataan bahwasanya persepsi harga memberi pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun, penelitian dari Kusumaningrum et al., (2022) dimana hasilnya menemukan bahwasanya Persepsi Harga tidak memberi pengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Selain faktor persepsi harga, faktor lain nya yang dianggap berpengaruh yakni fasilitas yang tersedia di tempat wisata.

Fasilitas adalah segala bentuk perangkat fisik yang disiapkan guna meningkatkan kenyamanan bagi para konsumen (Rahmat Fajrin et al., 2021). Pada wisata museum candi nusantara terdapat banyak fasilitas baik di *outdoor* maupun *indoor* nya. Hasil dari penelitian Wulandari et al., (2022) menghasilkan sebuah pernyataan bahwasanya fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali. Namun, temuan Apriliani et al., (2024) dimana hasilnya menemukan bahwasanya fasilitas wisata tidak terdapat pengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Selain faktor fasilitas, faktor lain nya yang dianggap cukup berpengaruh yakni promosi.

Promosi adalah komponen utama strategi pemasaran yang berperan menciptakan peluang penguasaan pasar. Elemen-elemen promosi disusun

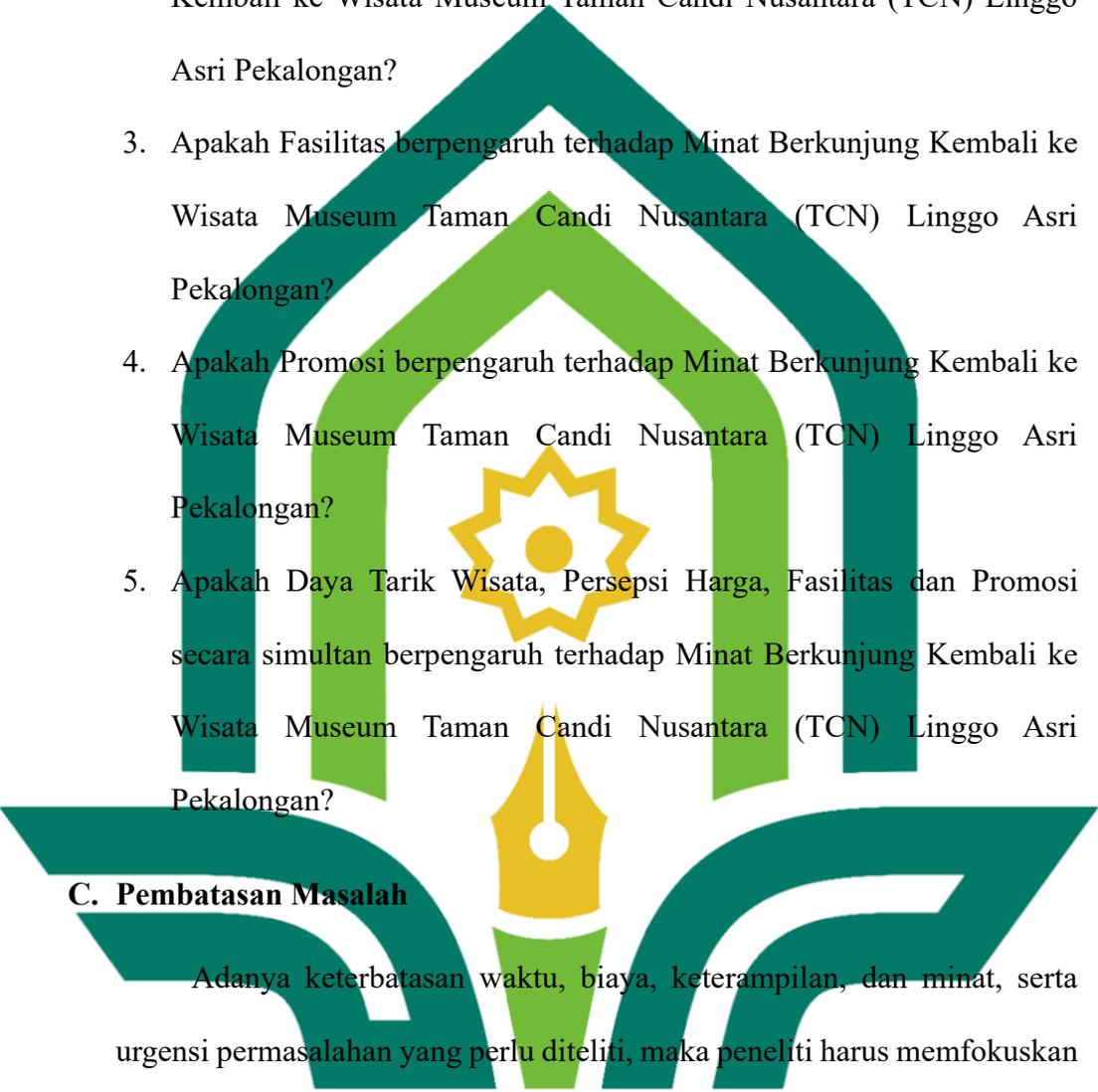
berdasarkan kondisi lingkungan, terutama keadaan permintaan dari wisatawan (Irawan et al., 2021). Promosi yang dilakukan oleh pengelola museum taman candi nusantara selain melalui media online juga *word of mouth* (mulut ke mulut). Promosi punya pengaruh positif pada minat berkunjung kembali, demikian itu dikatakan oleh Ariyani et al., (2022). Namun berbeda halnya dengan pernyataan yang dikatakan oleh Kusumaningrum et al., (2022) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa promosi berpengaruh tidak secara langsung terhadap minat wisatawan kembali.

Melihat latar belakang tersebut, terdapat fenomena fluktuasi dan ketidakserasian hasil riset terdahulu yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi harga, Fasilitas, dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang ada, fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan?

- 
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan?
 3. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan?
 4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan?
 5. Apakah Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Adanya keterbatasan waktu, biaya, keterampilan, dan minat, serta urgensi permasalahan yang perlu diteliti, maka peneliti harus memfokuskan penelitian pada sejumlah permasalahan yang lebih spesifik, yakni:

1. Penelitian ini akan berfokus pada empat faktor yakni Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Fasilitas dan Promosi. Faktor ini dipilih karena dianggap memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Penelitian ini akan fokus pada aspek-aspek yang akan diteliti dari masing-masing variabel dependen

3. Penelitian ini akan dilakukan dalam rentang waktu tertentu dan hanya mencakup pengunjung yang datang ke Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri dalam periode penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharap mampu memberikan fenomena yang jelas mengenai pengaruh keempat faktor tersebut terhadap minat berkunjung kembali tanpa melibatkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi hasil secara signifikan.

D. Tujuan Penelitian

Merujuk pada masalah yang telah dirumuskan, yang menjadi tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk menguji pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan
2. Untuk menguji pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan
3. Untuk menguji pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan
4. Untuk menguji pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan

5. Untuk menguji pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi harga, Fasilitas, dan Promosi secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggo Asri Pekalongan

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan manfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta sebagai bahan referensi atau tinjauan literature dan meningkatkan pemahaman penulis dan pembaca tentang empat faktor yang memberi pengaruh minat berkunjung kembali wisatawan yakni, daya tarik wisata, persepsi harga, fasilitas, dan promosi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak pemilik dan pengelola wisata Museum Taman Candi Nusantara

Penelitian ini diharap mampu memberi manfaat bagi pemilik dan pengelola wisata Museum Taman Candi Nusantara dalam menjalankan usaha pariwisata terutama dalam hal daya tarik wisata, persepsi harga, fasilitas, dan promosi sehingga mampu mengangkat volume kunjungan keseluruhan, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap peningkatan profitabilitas usaha pariwisata.

b. Bagi pengunjung

Penelitian ini diharap mampu memberi informasi tambahan bagi konsumen sebagai pertimbangan dalam mengevaluasi dan memberikan penilaian terhadap kualitas layanan di industri jasa.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Riset ini diharap mampu berguna menjadi bahan referensi serta memberikan kesempatan untuk memperdalam ilmu dan konsep-konsep teoritis untuk peneliti selanjutnya tentang minat berkunjung kembali wisatawan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika adalah urutan atau struktur yang dirancang untuk mempermudah pemahaman dan interpretasi informasi secara menyeluruh.

Dalam konteks penelitian ini, sistematika tersebut terdiri dari beberapa bagian berikut:

Bab Pertama, menguraikan latar belakang, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab kedua, mengkaji teori yang relevan dengan permasalahan penelitian. Selain itu, bab ini juga membahas studi-studi dari sebelumnya, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga, menguraikan metodologi penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, definisi

variabel, sumber data, instrumen dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

Bab keempat, merupakan pelaksanaan hasil penelitian yang berisikan gambaran umum obyek penelitian, data-data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

Bab kelima, merupakan bagian akhir yang memuat rangkuman hasil akhir riset, mencakup temuan penelitian dan seberapa besar dampak variabel bebas terhadap variabel terikat. Bagian ini juga menguraikan kendala-kendala yang dihadapi dalam penelitian serta rekomendasi untuk penyempurnaan kualitas hasil riset.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Daya Tarik Wisata (X1) tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan
2. Persepsi Harga (X2) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan
3. Fasilitas (X3) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan
4. Promosi (X4) tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan
5. Secara Simultan Daya Tarik Wisata (X1), Persepsi Harga (X2), Fasilitas (X3), dan Promosi (X4) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Museum Taman Candi Nusantara (TCN) Linggoasri Pekalongan
6. Berdasarkan nilai koefisien determinasi pada nilai *Adjusted R Square* mencapai 0,594 atau setara dengan 59,4%, sehingga dapat diartikan bahwa variabel independen (daya tarik wisata, persepsi harga, fasilitas, dan promosi) memberikan peran pada variabel dependen (minat berkunjung kembali) yakni 59,4% dan sisanya sejumlah 40,6% dijelaskan oleh variabel lain.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah responden terbatas yakni 96, dengan periode pengumpulan data yang membutuhkan waktu yang tidak singkat.
2. Riset ini hanya memakai empat variabel independent yakni daya tarik wisata, persepsi harga, fasilitas dan promosi.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di Wisata Museum Taman Candi Nusantara Linggo Asri Pekalongan.

C. Saran

Berdasarkan temuan riset, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan:

1. Penelitian berikutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih banyak guna meningkatkan representativitas terhadap populasi yang diteliti.
2. Disarankan untuk mengintegrasikan variabel-variabel tambahan dalam model penelitian guna memperoleh analisis yang lebih komprehensif dan mendalam.
3. Penelitian mendatang direkomendasikan untuk memperluas area kajian ke berbagai lokasi atau konteks yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, I., Wulandari, L. W., & Hendratono, T. (2022). Pengembangan Batu Angus Sebagai Kawasan Geowisata Melalui Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat di Ternate Maluku Utara. *SCIENTIA: Journal of Multi Disciplinary Science*, 1(2), 86–98. <https://doi.org/10.62394/scientia.v1i2.15>
- Aeni, F., Hidayat, H. M., & Fitriany. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal The Manusagre*, 2(1), 216–230. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/tmj/article/view/3533/1746>
- Amanah, S. (2016). Peran Strategi Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera; Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 1(2), 55–66.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, VIII, 179-188 hlm.
- Andarias, S., Imran, U. D., & Ngandoh, A. M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser terhadap proses Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Makassar. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 311–325.
- Apriliani, S., Susanti, F., & Nurhayanti. (2024). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Bukit Aslan Bandar Lampung). *Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(November), 330–347.
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3562%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/3562/2862>
- Ariyani, R. M., Dhameria, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Arum Sari, W., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Mohamad Najmudin Juni 2021 EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 12(1), 49–58.
- Ashari, D., Daya, P., Wisata, T., Harga, P., Layanan, D. K., Sadat, A. M., & Rahmi, R. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Persepsi Harga, dan Kualitas layanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Dunia Fantasi Ancol (Studi Kasus Pada Masyarakat Dki Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 213–226. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i3.1518>

- Azhar, J., & Saprial, M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.25077/amar.4.1.1-17.2020>
- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2022). Pengaruh Fasilitas wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas) Irine. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 2(4), 391–400.
- Fitri Nurlestari, A. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 2, 1–9.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4, 37–44.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2022). The Affecting of Farmer Ages, Level of Education and Farm Experience of the farming knowledge about Kartu Tani beneficial and method of use in Parakan Distric, Temanggung Regency. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 209–221. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.926>
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms*. 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*. 12, 4(2). <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Kalalo, S. N. A., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Camp James Remboken. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 10(4b), 382–392.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 1003–1011. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.136>
- Khanifa, F. M. (2024). *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Obyek Wisata Kolam Renang Banyu Biru Pekalongan*. Universitas UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongabn.

- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.25-32>
- Kusyanto. (2024). *Terselip Pesona Budaya dan Alam di Museum Taman Candi Nusantara, Mengungkap Sejarah dan Keindahan Linggoasri*.
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 167–177. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>
- Luturien, B. S. (2019). *STRATEGI BISNIS PARIWISATA* (Cetakan 1). Humaniora.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martanti, F. (2018). Metode Struktural Analitik Sintetik dalam Pembelajaran Anak Disleksia. *Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 10(1), 17–28. <https://doi.org/10.14421/al-bidayah.v10i1.127>
- Melania, F. A., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Pemasaran Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Chiztikk Surabaya). *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 43–56. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29069>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nasution, H. F. (2016). *Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif*. 6.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.
- Nur, Q. R., Hari Purwanto, & Kadi, D. C. A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, E-Wom, Fasilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan.

- Nuryadin, M. B. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratiwi, D. A., Suzana, A. J., & Urip, C. R. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial , Citra Destinasi , Fasilitas Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Air Bojongsari*. 20.
- Priyanto, D. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan EViews* (T. A. Prabawati (ed.)). Cahaya Harapan.
- Puspitasari, P. A., & Za, Z. S. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Motivasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Kampung Laut Botang Kuala. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1501–1510.
- Putri, D. K. (2024). *Museum Taman Candi Nusantara di Pekalongan, Menyajikan Miniatur Candi yang Cocok untuk Liburan bareng Anak*.
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 48–56. <https://doi.org/10.56916/jimab.v1i2.169>
- Ramadhan, A. F., & Zuliestiana, D. A. (2019). Analisis Pemanfaatan Youtube Sebagai Social Media Marketing Go-Jek Dalam Mempengaruhi Minat Beli Dan Loyalitas Terhadap Brand. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 628–637. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.238>
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, XVII(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2541%0Ahttps://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/2541/1741>
- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pad Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4). <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(1), 122–132. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>

- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) (Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.2320>
- Setyawan, A. D. (2017). *Pengaruh daya tarik wisata dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata coban rais. 1*, 1–19.
- Siagian, S., & Mita, M. M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.564>
- Siswadhi, F. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Benefita*, 1(October), 177–183.
- Subagiyo, Rahman, A., & Aprilliani, A. (2023). Brand Ambassador, Minat Beli Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 56. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.669>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2019). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207. <https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.207-221>
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI : Jurusan Ekonomi*, XX(XX), 1–22. [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W \(2\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal%20Indo%20Ika%20Devi%20W%20(2).pdf)
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, 4(3), 1–20.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. PRENADA MEDIA GROUP.

