



**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
(Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim Di Wisata Pasar Rindu  
Semilir Kabupaten Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**SITI MU'ASIFAH**  
**NIM. 2013116084**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
(Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim Di Wisata Pasar Rindu  
Semilir Kabupaten Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**SITI MU'ASIFAH**  
**NIM. 2013116084**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Siti Mu'asifah**

NIM : **2013116084**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim di Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan)**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk pengutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiaris, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 02 November 2020

Yang menyatakan



**Siti Mu'asifah**  
NIM. 2013116084



## NOTA PEMBIMBING

**Siti Aminah Caniago, M.Si**

Jl. Pemuda (Depan BPS) Kadilangu, Batang

Lampiran : 3 (Tiga) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Siti Mu'asifah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Siti Mu'asifah**

NIM : **2013116084**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

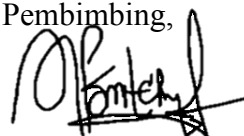
Judul : **Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim Di Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan)**

Dengan ini mohon skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pekalongan, 02 November 2020  
Pembimbing,



**Siti Aminah Caniago, M.Si**  
**NIP. 19680907 200604 2 001**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **Siti Mu'asifah**

NIM : **2013116084**

Judul Skripsi : **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim Di Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan)**

Telah diujikan pada Selasa, 17 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

**Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,**

**M.H.**

NIP. 19740812 200501 1 002

Penguji II

**H. Gunawan Aji, M.Si**

NIP. 19690227 200712 1 001

Pekalongan, 19 November 2020

Disahkan oleh Dekan,



**Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

NIP. 19750220 199903 2 0012





## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang di gunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia 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- 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 lambing 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	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	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	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ţ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain		koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef



ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		إ =
إ = i	أ = ai	إ =
أ = u	أ = au	إ =

## 3. Ta Marbutah

*Ta Marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

Ditulis

mar'atun jamilah

*Ta Marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

Ditulis

fatimah

## 4. Syaddad ( tasydid, gemiasi )

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا

Ditulis

rabbana

البر

Ditulis

al- brr



### 5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس

Ditulis

*asy- syamsu*

الرجل

Ditulis

*ar- rajulu*

السيدة

Ditulis

*as- sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan digabungkan dengan tanda sempang

Contoh:

القمر

Ditulis

*al- qamar*

البيدع

Ditulis

*al- badi'*

الجلال

Ditulis

*al- jalal*

### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada ditengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت

Ditulis

*Umirtu*

شيء

Ditulis

*Syai'un*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillahirobbil'alamiin saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kesempatannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Persembahkan tugas akhir ini dan rasa terimakasih saya ucapkan untuk:

1. Kedua orang tua saya bapak shodiqin dan mamah kasmirah yang telah berjasa dalam hidup saya, yang sangat saya sayangi. Terimakasih atas pengorbanan, kasih sayang serta doa yang tak pernah berhenti mengalir.
2. Kakak dan adik saya, yang selalu memberikan support serta semangat dalam proses mengerjakan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing saya ibu Siti Aminah Caniago, M.Si, yang telah memberikan motivasi, saran serta ilmunya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan kuliah saya Sania Amalia, Anggi Pitri Pebriyanti dan Nahdhiah Nailil Falah yang senantiasa menemani, membantu serta mensupport saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Sahabat SMK saya Dwi Khikmawati, Nur Hayati dan Nurul Fitriana yang memberikan semangat, dukungan serta bantuannya dalam penyebaran kuesioner skripsi saya.
6. Afida Rozianti, sahabat serta konsultan yang telah memberikan motivasi, saran, serta bantuan dalam proses penyusunan skripsi saya.





7. Umi Syarifah, sahabat saya sejak SD hingga sekarang yang selalu memberikan semangat serta sabar dalam mendengarkan keluh kesah saya.
8. Teman-teman Ekonomi Syariah kelas C yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berjuang bersama.
9. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan dukungan serta ilmunya.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yeg telah mendukung dan mendoakan.



## MOTTO

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”**

(Qs. Al-Insyirah 5-6)

**“Nerimo Ing Padum, Makaryo Ing Nyoto”**

**“Berusaha sekuat tenaga, menerima pada ketentuan sang pencipta dengan hati yang ikhlas.”**



## ABSTRAK

Saat ini industri pariwisata menjadi sektor yang diminati banyak orang, industri pariwisata memberikan kontribusi besar bagi perkembangan nasional seperti menciptakan lapangan pekerjaan serta mendorong perekonomian regional. Oleh karena itu pemasar harus memahami perilaku konsumen, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumennya. Keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 96 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: (1) faktor budaya berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,453 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,651 > 0,05$ . (2) faktor sosial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,252 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,802 > 0,05$ . (3) faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,061 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$ . (4) faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,337 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Kemudian dari uji F menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,748.

**Kata kunci: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, keputusan berkunjung**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, berkat rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga serta sahabatnya.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, karena penulis yakin tanpa bantuan dan dukungan tersebut sulit rasanya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis
6. Bapak Dr. AM. M Hafidz Ma'shum, M.Ag selaku dosen wali penulis





7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staff
8. Orang tua dan sahabat yang selalu memberikan doa serta dukungannya.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan dan pengetahuan yang penulis peroleh saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap bahwa skripsi ini akan memberikan manfaat bagi pembaca maupun semua pihak yang berkepentingan.

Pekalongan, 02 November 2020

Penulis

**Siti Mu'asifah**

NIM. 2013116084



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	12
1. Pariwisata .....	12
2. Pengertian Perilaku Konsumen .....	13
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen .....	15
4. Perilaku Konsumen Muslim .....	22
5. Keputusan Berkunjung .....	26
B. Tinjauan Pustaka .....	30
C. Kerangka Berpikir .....	44
D. Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	49



B. Setting Penelitian .....	50
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian .....	51
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	57
E. Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data .....	59
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
A. Deskripsi Data .....	69
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	69
2. Gambaran Umum Karakteristik Responden .....	73
B. Analisis Data .....	76
1. Uji Instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas) .....	76
2. Uji Asumsi Klasik .....	80
C. Uji Analisis regresi linier berganda .....	86
D. Uji Hipotesis .....	88
D. Pembahasan .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka .....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	53
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	73
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	74
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Atau Penerimaan Uang Saku.....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Faktor Budaya (X1) .....	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X2).....	77
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi (X3) .....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Faktor Psikologis (X4).....	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y).....	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas.....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser.....	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	89
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	92
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	93





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Rekapitulasi Pengunjung .....	3
Gambar 2.2 Teori Hirarki Kebutuhan dari A. Maslow .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pengelola Wisata Pasar Rindu Semilir.....	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik <i>Normal P-P Plot</i> .....	82
Gambar 4. 3 Hasil Uji Metode Grafik Scatterplot .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 kuesioner
- Lampiran 2 Data Identitas Responden
- Lampiran 3 Data Tabulasi Responden
- Lampiran 4 Output SPSS Deskripsi Responden
- Lampiran 5 Output Uji Instrument
- Lampiran 6 Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Output Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Output Uji Hipotesis
- Lampiran 9 Tabel r
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Tabel f
- Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 13 Surat Selesai Penelitian
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup Penulis
- Lampiran 15 Foto Dokumentasi





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dewasa ini pemerintah sedang menggiatkan pembangunan pada sektor pariwisata. Perkembangan industri pariwisata merupakan fenomena yang menarik, karena pariwisata merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal dan eksternal yang akan berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan dalam mengunjungi suatu negara, wilayah/ provinsi maupun daerah. Pariwisata secara langsung memberikan dampak terhadap sosial, budaya dan ekonomi.<sup>1</sup>

Industri pariwisata dapat mendorong kemajuan di beberapa sektor perekonomian nasional, misalnya (1) peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan sarana demi pengembangan pariwisata, (2) meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata misalnya *transportation* dan *accommodation*, (3) meningkatkan hasil pertanian dan perternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran, sebagai akibat semakin banyak orang melakukan perjalanan wisata, (4) memperluas

---

<sup>1</sup> Hasan, H., Keuangan, J. M., dan Mandiri, K. S. T, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Melakukan Kunjungan Wisata Di Kota Tidore Kepulauan Factors That Influencing Tourists’decisions In Performing Tourism Visits In City Of Tidore Archipelago*” (Makkasar: Universitas Hasanuddin Makkasar, 2004), hlm. 3.

barang-barang lokal untuk lebih dikenal dunia internasional termasuk makanan dan minuman, (5) membantu membangun daerah-daerah terpencil yang selama ini tidak tersentuh oleh pembangunan.<sup>2</sup> Hal ini diharapkan dapat memberikan terbukanya kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat serta dapat mengarahkan kegiatan positif bagi masyarakat khususnya generasi muda.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dianugerahi dengan begitu banyak keistimewaan. Selain kaya akan budaya dan adat istiadat, Jawa Tengah juga mempunyai bentang alam yang menawan. Ada begitu banyak tempat wisata menarik di Jawa Tengah salah satunya yaitu di Kabupaten Pekalongan. Kabupaten Pekalongan merupakan Kabupaten yang letaknya berada di daerah pantura bagian barat sepanjang pantai utara laut Jawa memanjang ke selatan dengan Kota KAJEN sebagai Ibu Kota pusat pemerintahannya.<sup>3</sup> Kabupaten Pekalongan memiliki beragam destinasi wisata yang menarik yang dapat dikunjungi, antara lain: (1) wisata religi yaitu wisata yang berkaitan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan, seperti wisata religi makam Siti Ambariyah Kec. Bojong (2) Wisata budaya yaitu wisata dengan tujuan mengenali hasil budaya setempat<sup>4</sup>, seperti sedekah laut di pantai Wonokerto (3) Wisata kuliner yaitu wisata yang dilakukan untuk

<sup>2</sup> Araujo E. B, “Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Di Dili Timor Leste” (Jurnal Master Pariwisata, No. 1, Vol.III, 2016), hlm. 2.

<sup>3</sup><http://Pekalongan.Go.Id/V2/Pemerintahan/Deskripsi-Wilayah/Kondisi-Geografis>(Diakses tanggal 25 Juli 2019)

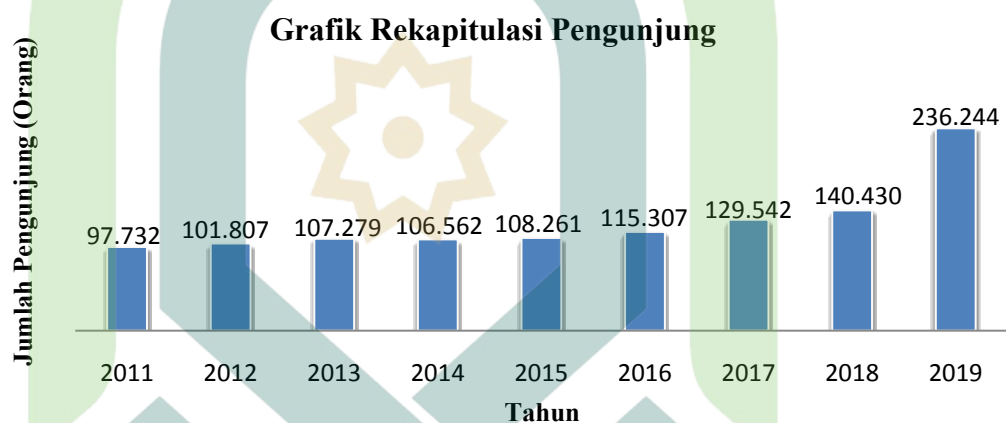
<sup>4</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20budaya> (Diakses tanggal 15 April 2020)



menikmati aneka ragam masakan dari berbagai daerah<sup>5</sup>, contohnya: wisata kampung singgah Kec. Wiradesa dan wisata Pasar Rindu Semilir. (4) wisata alam yaitu wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan sebagai objek wisata<sup>6</sup>, seperti: wisata lingo Asri, curug bidadari, bengkelung park dan pantai wonokerto.

Perkembangan pariwisata Kabupaten Pekalongan bisa dilihat pada jumlah kunjungan objek wisata yang disajikan pada gambar 1.1.

Gambar 1.1<sup>7</sup>



Sumber : Dinporapar kabupaten Pekalongan.

Dari grafik gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Pekalongan tahun 2011-2019 terus mengalami peningkatan secara signifikan, peningkatan tersebut terjadi salah satunya karena dibukanya beberapa objek wisata baru di Kabupaten Pekalongan dan

<sup>5</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20kuliner> (Diakses tanggal 2 Maret 2020)

<sup>6</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20alam> (Diakses tanggal 2 Maret 2020)

<sup>7</sup> [https://www.dinporaparpekalongankab.web.id/index.php/view/artikel/statistik\\_kunjungan\\_wisata/readmore/3](https://www.dinporaparpekalongankab.web.id/index.php/view/artikel/statistik_kunjungan_wisata/readmore/3) (Diakses tanggal 2 Maret 2020)

juga adanya faktor lain yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam mengunjungi suatu objek wisata.

Jumlah peningkatan wisatawan tersebut tentunya menjadi tuntutan bagi pemerintah untuk memfasilitasi pertumbuhan industri pariwisata untuk mencapai kepuasan, yaitu dengan memperbaiki infrastuktur di setiap daerah wisata serta pengembangan wisata.

Perkembangan jumlah pengunjung di Kabupaten Pekalongan ini tidak selamanya mengalami kenaikan, oleh karena itu pemasar harus memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sejumlah dari keputusan. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor pendorong dan faktor penarik, Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis sehingga wisatawan merasa termotivasi melakukan perjalanan pariwisata.<sup>8</sup> Sedangkan faktor penarik menjelaskan bagaimana wisatawan tertarik dengan sebuah destinasi sehingga menghasilkan persepsi.<sup>9</sup>

Perilaku konsumen terdiri dari beberapa faktor antara lain: faktor kebudayaan (kebudayaan, sub budaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok

---

<sup>8</sup> Ainun Nur Illah, Raden Andi Sularso dan Bambang Irawan, “*Pengaruh Citra Destinasi dan E-Wom Di Media Sosial Instagram Serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang*”, E Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, No.1, Vol. V, 2019), hlm. 2.

<sup>9</sup> Ainun Nur Illah, Raden Andi Sularso dan Bambang Irawan, *Pengaruh Citra.....*hlm. 2.

referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (umur, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep), dan faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).<sup>10</sup> Berkowitz dalam Husaen menjelaskan bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, faktor tersebut adalah marketing mix, social, cultural, psikologi dan situasi.<sup>11</sup>

Pada penelitiannya Andi Faisal Bahari di jelaskan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan Malino Higland.<sup>12</sup> Dalam penelitiannya Sharas Devi Harun menjelaskan Variabel faktor pribadi dan faktor psikologis secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berlangganan.<sup>13</sup>

Selanjutnya Mawat Daini dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Telepon Seluler Samsung Berbasis Android Di Indonesia, menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa

<sup>10</sup> Nugroho J. Setiaji, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), hlm 10-14.

<sup>11</sup> Husaen Hasan, Muhammad Asdar dan Jusni, *Faktor Yang Mempengaruhi....*, hlm. 3.

<sup>12</sup> Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer, “Pengaruh Budaya Sosial Pribadi dan Psikologis” (Jurnal Minds, No. 1, Vol. V, 2018), hlm. 1.

<sup>13</sup> Sharas Devi Harun, Lucky F. Tamengkel dan Aneke Y. Punuindoong, “Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Berlangganan TV Kabel Transvision Di Kelurahan Tongkaina”, (Jurnal Administrasi Bisnis, No. 1, Vol. VIII, 2019), hlm. 1.



faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan.<sup>14</sup> Hal ini senada dengan penelitiannya Muhammad Rasyid Ridho yang memaparkan bahwa keempat faktor, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat wisata.<sup>15</sup>

Mengingat pentingnya perilaku konsumen bagi para pemasar, maka pemasar harus memahami perilaku konsumen seperti faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang atau jasa, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumennya.

Pasar Rindu Semilir merupakan wisata kuliner yang baru di Kabupaten Pekalongan yang beralamat di Jl. Rinjani Tanjungsari Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan. Menurut Kepala Dinporapar Kabupaten Pekalongan, Bambang Irianto menuturkan, Didirikannya Pasar Rindu Semilir ini untuk menindaklanjuti program Bupati yang menghendaki kawasan non plastik, selain itu juga untuk menyediakan wisata keluarga yang murah meriah dan dekat dengan kota, pasar kuliner ini merupakan *display* bagi makanan tradisional yang sekarang sudah jarang

---

<sup>14</sup> Mawat Daini Asra dan Ahmad Manshur Ali Suyato, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Telepon Seluler Samsung Berbasis Android Di Indonesia” (e-Proceeding of Management, No. 1, vol. VI, 2019), hlm.1.

<sup>15</sup> Muhammad Rasyid Ridho Lubis dan Dwi Kartikasari, “Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam” (Jurnal Administrasi Bisnis, No. 1, Vol. III, 2019), hlm. 1.

ditemukan dan juga tentunya dapat memberdayakan UMKM sehingga nantinya dapat mengangkat perekonomian masyarakat.<sup>16</sup>

Wisata Pasar Rindu Semilir yang terletak di Kabupaten Pekalongan ini terdapat hal yang unik dalam proses transaksinya, yaitu menggunakan alat tukar kepeng. Kepeng yang digunakan ialah potongan kayu yang telah diberi tanda, satu kepeng dihargai senilai dua ribu rupiah. Sehingga apabila pengunjung yang ingin membeli makanan ataupun minuman harus menukarkannya terlebih dahulu dengan kepeng tersebut.<sup>17</sup>

Keunikan lainnya terletak pada konsep wisatanya, dimana di Pasar Rindu Semilir mempunyai konsep tradisional. Seperti pakaian yang dikenakan petugas dan pedagangnya yang mengenakan pakaian khas yang bernuansa tradisional, yakni wanita menggunakan kebaya dan yang laki-laki menggunakan blangkon. Kemudian pada aspek kulinernya, kuliner yang disajikan di wisata ini bernuansa tempo dulu seperti, dawet, jamu-jamuan, tauto daging, pindang tetel, nasi megono, sate toel, keroco, lupis, sangkulun, aneka bubur, dan masih banyak lagi. Makanan dan minuman yang disajikan tidak menggunakan plastik namun menggunakan daun pisang, batok kelapa dan juga bambu. Selain itu di wisata Pasar Rindu Semilir juga sesekali menyajikan hiburan musik.

<sup>16</sup> <http://pekalongankab.go.id/v2/berita-lokal/10674-rindu-semilir-akhirnya-di-softlaunching> (Diakses tanggal 17 Agustus 2019 pukul 20.00 WIB).

<sup>17</sup> Sudaryanto Ketua Pengelola Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 25 Agustus 2019 Pukul 09.30 WIB.



Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengangkat sebuah penelitian dalam skripsi ini dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim Wisata di Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan)”

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan?
5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor budaya terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan.





2. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor sosial terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan.
3. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor pribadi terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan.
4. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak faktor psikologis terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan yang berkonsentrasi pada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis serta keputusan pembelian.

##### 2. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis, dalam penelitian ini dapat memicu minat dan keinginan untuk dapat memahami mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan konsumen
- b) Bagi praktisi (pengelola)

Penelitian ini diharapkan memberikan kesadaran bagi para produsen atau pengelola agar dapat memahami perilaku konsumen seperti faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang atau jasa, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumennya.

#### **E. Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi mengenai landasan teori, tinjauan pustaka, hipotesis dan kerangka berpikir

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang pemaparan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, serta mengenai metode analisis data

##### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**



Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data serta pembahasan.

## BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari pembahasan, saran serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap pemilihan tempat wisata di Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel faktor budaya (X1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu  $0,453 < 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,651 > 0,05$ .
2. Variabel faktor sosial (X2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu  $0,252 < 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,802 > 0,05$ .
3. Variabel faktor pribadi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,061 > 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$ .

4. Variabel faktor psikologis (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $7,337 > 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$
5. Variabel faktor budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3) dan psikologis (X4) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) di wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 71,569 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 2,470 dan nilai signifikansi F sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata Pasar Rindu Semilir.

Sedangkan diketahui bahwa nilai dari *adjusted R square* sebesar 0,748 atau 74,8%. Artinya 74,8% dari variabel dependen yaitu keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel independen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, sedangkan 25,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat merekomendasikan saran untuk selanjutnya dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut:



1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain yang mempengaruhi pemilihan tempat wisata seperti faktor eksternal (promosi, harga dan sebagainya). Selain itu peneliti dimasa selanjutnya juga dapat menambahkan jumlah sampel karena semakin banyak jumlah sampel akan semakin akurat. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain misalnya mengenai proses wawancara kepada konsumen atau pengunjung secara mendalam.
2. Bagi pengelola wisata Pasar Rindu Semilir penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola wisata, untuk variabel faktor budaya dan sosial harus bisa menciptakan inovasi-inovasi baru agar dapat menarik pengunjung. Dan untuk faktor pribadi dan psikologis perlu ditingkatkan lagi sarana dan prasarana agar dapat menarik pengunjung dalam memilih wisata Pasar Rindu Semilir.





## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi A.J. 2012. *Keparwisataaan Dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nasution. 2012. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mappi Andi Sammeng. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Priyatno Duwi. 2014. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryani Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Trenggonowati. 2009 *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Jakarta:CV Fastak Amani.
- Wibowo Sukarno, Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sri Vinna Yuniarti. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Simamora Bilson. 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ghofur Abdul. 2017. *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*. Depok: PT Grafindo Persada.
- Ferinadewi Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Startegi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mowen John C, Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen* Terjemah Dwi Kartini Yahya Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* Terjemah Benyamin Molan, Ed. 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Indiyantoro Nur, Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ridwan, Engkos Achmad Kuncoro. 2013. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Nalim Yusuf, Salafudin. 2012. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Riduwan. 2015. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alvabeta.
- Muflih Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arif M Nur Riyanto Al. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.



- Bungin Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Perneradamedia Group.
- Fauzi Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet 1. Semarang: Walisongo Press.
- Umar Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cet.1. Jakarta Rajawali Press.
- Juliandi. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: untuk Ilmu Bisnis*. Medan: M200.
- Latan Hengky, Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kuncoro Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Setiaji Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wibowo Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wijaya Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Ekonomi Terapan: Teori dan Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



## 2. Jurnal/ Skripsi

- Alhafiedh Sihaloho. 2017. *Pengaruh Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Jogja Bay*. Skripsi. Yogyakarta .Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Pratama Rudi. 2019. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Dan Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal Pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung*. Skripsi. Tulungagung. IAIN Tulungagung.
- Nasti Nilawati, Intan Sari Siregar. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Jasa Go-Jek Online Di Kota Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 No. 8. Medan: Universitas Islam Sumatera Utara.
- Rahmah Neily, Indah Susilowati, Evi Yuli Purwanti. 2017. *Minat Wisatawan Terhadap Makanan Lokal Kota Semarang Tourists' Interest To Local Food In Semarang*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia, Vol.1 No. 18. Semarang: UNDIP.
- Araujo, E. B. 2016. *Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Di Dili, Timor Leste*. Jurnal Mater Pariwisata, Vol. 3 No.1. Universitas Udayana.
- Illah Ainun Nur. 2019. Raden Andi Sularso dan Bambang Irawan, *Pengaruh Citra Destinasi dan E-Wom Di Media Sosial Instagram Serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata B29 Di Kabupaten Lumajang*. E Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. 5 No. 1. Jember: Universitas Jember.
- Aqmala Dian, Astrid Novianti. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Ekologis, Kemauan Membayar Lebih, dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Organik*. Jurnal Ilmu



Manajemen dan Akuntansi Terapan, Vol. VIII. No. 1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin Semarang.

Hasan, Husaen. 2004. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata di kota tidore kepulauan factors that influencing tourist's decisions in performing tourism visits in city of tidore archipelago*. Jurusan Manajemen Keuangan, STMIK Tidore.

Bahari Andi Faisal, Muhammad Ashoer. 2018. *Pengaruh Budaya Sosial Pribadi dan Psikologis*. Jurnal Minds, Vol. 5 No. 1. Makassar: Universitas Muslim Makassar.

Harun Sharas Devi, Lucky F. Tamengkel, Aneke Y. Punuindoong. 2019. *Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Berlangganan TV Kabel Transvision Di Kelurahan Tongkaina*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No.1. Universitas Sam Ratulangi

Asra Mawat Daini, Ahmad Manshur Ali Suyato. 2019. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Telepon Seluler Samsung Berbasis Android Di Indonesia*. Jurnal e-Proceeding of Management, Vol. 6 No.1. Universitas Telkom.

Lubis Muhammad Rasyid Ridho, Dwi Kartikasari. 2019. *Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 3 No. 1. Batam: Politenik Negeri Batam.

Nasti Nilawati, Intan Sari Siregar. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Jasa Go-Jek Online Di Kota Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi universitas Islam Sumatera Utara Medan)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 No. 8. Medan: Universitas Islam Sumatera Utara.

- Mardiah Ainun dan Herlinda. 2017. *Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat*, Jurnal Sosial Budaya.
- Sumber Putu Dana dan Ni Made Rastini. 2015. *Pengaruh Lingkungan, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Ke Taman Burung Citra Bali International Di Singapadu, Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4 No. 6.
- Larasati Dewi dan Dewi Lutfiati. 2017. *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Perawatan Badan di Pesona Reflexology Royal Plaza Surabaya*, E- Journal Vol. 06 No. 2.
- Rheza Alfatory Syahrul dan Syailendra Eka Saputra. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang*, Jurnal Economica, Vol. 6. No. 2.
- Gusti Ni Ayu Rinda Yanti RR dan Siti Munawaroh. 2019. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Pasar Tradisonal*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 20. No. 2.
- Muchamad Nur Iskandar Huda, Siti Saroh dan Dadang Krisdianto. 2020 *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Tempat Wisata (Studi Pada Pengunjung Pantai Religi Nganteb Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang)*. JIAGABI Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis. Vol. 9 No. 2.

### 3. Internet

- [Http://Pekalongankab.Go.Id/V2/Pemerintahan/DeskripsiWilayah/KondisiGeografis](http://Pekalongankab.Go.Id/V2/Pemerintahan/DeskripsiWilayah/KondisiGeografis). Diakses Pada Kamis, 25 Juli 2019 pukul 10.00 Wib.
- <http://pekalongankab.go.id/v2/berita-lokal/10674-rindu-semilir-akhirnya-disoftlaunching>. Diakses pada tanggal 17 Agustus 2019 pukul 20.00 Wib.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20alam>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 20.00 Wib.



<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20budaya>. Diakses pada tanggal 15 April 2020 pukul 19.30 Wib.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata%20kuliner>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 20.00 Wib.

<http://junaidichaniago.wordpress.com>. Diakses pada tanggal 5 September 2020 pukul 10.00 Wib.

#### 4. Wawancara Pribadi

Wawancara Bapak Sudaryanto Ketua Pengelola Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan, pada tanggal 25 Agustus 2019 Pukul 09.30 WIB.







Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**





### Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya
2. Saudara dapat memberikan tanda ( $\checkmark$ ) pada salah satu jawaban **SS, S, N, TS** dan **STS** pada kolom yang telah disediakan. Bila saudara ingin memperbaiki jawaban yang telah saudara buat, maka berilah tanda sama dengan (-), kemudian pilih dan berilah tanda ceklist pada jawaban terbaru dan benar.

Keterangan:

- a. SS = Sangat Setuju Diberi Skor 5
- b. S = Setuju Diberi Skor 4
- c. N = Netral Diberi Skor 3
- d. TS = Tidak Setuju Diberi Skor 2
- e. STS = Sangat Tidak Setuju Diberi Skor 1

### Faktor Budaya ( $X_1$ )

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X1.1	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena tempatnya bagus dan membuat betah					
X1.2	Saya pernah mendengar tentang wisata pasar rindu semilir dari lingkungan sekitar saya					
X1.3	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena tempatnya mudah dijangkau					
X1.4	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena diminati banyak orang					

**Faktor Sosial (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X2.1	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena rekomendasi dari teman atau tetangga saya					
X2.2	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena keputusan dari keluarga					
X2.3	Saya melakukan kunjungan ke wisata pasar rindu semilir karena sesuai dengan peran dan status saya					

**Faktor Pribadi (X<sub>3</sub>)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X3.1	Usia mempengaruhi pola pikir saya untuk berwisata ke pasar rindu semilir					
X3.2	Saya berkunjung ke wisata pasar rindu semilir setelah selesai atau libur dari pekerjaan untuk menghilangkan stres dan menghibur diri					
X3.3	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena harganya yang terjangkau					
X3.4	Melakukan perjalanan wisata merupakan hobi saya					
X3.5	Saya mengunjungi wisata pasar rindu semilir karena menyukai konsep wisatanya yang unik					
X4. 6	Saya berwisata ke pasar rindu semilir karena mengikuti tren					



**Faktor Psikologis (X<sub>4</sub>)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
X4.1	Saya melakukan kunjungan ke wisata pasar rindu semilir karena keinginan dan selera					
X4.2	Dengan berkunjung ke wisata pasar rindu semilir membuat pikiran terasa segar dan merasa tenang					
X4.3	Saya melakukan kunjungan ke wisata pasar rindu semilir karena pengalaman dari orang lain sebelumnya					
X4.4	Saya yakin bahwa pasar rindu semilir adalah tempat wisata yang sangat bagus untuk keluarga					
X4.5	Saat saya berada di wisata pasar rindu semilir saya mendapat kesenangan saat menikmati makanan dan suasana tempo dulu.					

**Keputusan Berkunjung (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Y.1	Saya mengunjungi wisata pasar rindu semilir untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan dan <i>refreshing</i> .					
Y.2	Saya mencari informasi tentang wisata pasar rindu semilir melalui sosial media, teman dan orang lain					



Y.3	Ketersediaan fasilitas di wisata pasar rindu semilir tidak membuat saya mengunjungi tempat wisata lain					
Y.4	Pasar rindu semilir menawarkan tempat wisata yang unik dengan menyajikan suasana dan makanan serta minuman tempo dulu.					
Y.5	Kebersihan dan keamanan wisata pasar rindu semilir sudah baik					
Y.6	Saya merasa senang dan puas berkunjung ke wisata pasar rindu semilir, kemudian merekomendasikan kepada teman, keluarga dan orang lain.					



## Lampiran 2. Data Identitas Responden

## Data Identitas Responden

No Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan/ Penerimaan Uang Saku
1	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
2	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
3	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
4	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
5	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
6	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
7	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
8	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
9	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
10	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
11	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
12	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
13	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
14	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
15	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
16	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
17	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
18	Laki - Laki	35 - 44 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
19	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000



No Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan/ Penerimaan Uang Saku
20	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
21	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 100.000 - Rp 500.000
22	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
23	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 100.000 - Rp 500.000
24	Perempuan	25 - 34 Tahun	Lainnya (Guru)	> Rp 5.000.000
25	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
26	Laki - Laki	25 - 34 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
27	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 100.000 - Rp 500.000
28	Perempuan	35 - 44 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
29	Laki - Laki	25 - 34 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
30	Perempuan	25 - 34 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
31	Perempuan	25 - 34 Tahun	Lainnya (Pedagang)	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
32	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
33	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
34	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
35	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
36	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
37	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
38	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
39	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
40	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000





No Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan/ Penerimaan Uang Saku
41	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
42	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
43	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
44	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
45	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
46	Laki - Laki	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
47	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
48	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
49	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	> Rp 5.000.000
50	Perempuan	35 - 44 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
51	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	> Rp 5.000.000
52	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
53	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	> Rp 5.000.000
54	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	> Rp 5.000.000
55	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
56	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
57	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
58	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
59	Perempuan	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
60	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
61	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000



No Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan/ Penerimaan Uang Saku
62	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
63	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
64	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
65	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
66	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
67	Perempuan	35 - 44 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
68	Laki - Laki	> 45 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
69	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
70	Perempuan	17 - 24 Tahun	Lainnya (Karyawan Wiraswasta)	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
71	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
72	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
73	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	PNS	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
74	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
75	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
76	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
77	Perempuan	> 45 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
78	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
79	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
80	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	> Rp 5.000.000
81	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
82	Perempuan	> 45 Tahun	Wiraswasta	Rp 500.000 - Rp 1.000.000

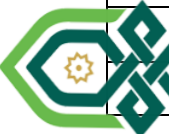


No Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan/ Penerimaan Uang Saku
83	Laki - Laki	25 - 34 Tahun	Wiraswasta	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
84	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 100.000 - Rp 500.000
85	Laki - Laki	25 - 34 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
86	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
87	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 100.000 - Rp 500.000
88	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
89	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
90	Perempuan	17 - 24 Tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
91	Laki - Laki	17 - 24 Tahun	Lainnya	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
92	Perempuan	17 - 24 Tahun	Buruh	Rp 500.000 - Rp 1.000.000
93	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
94	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
95	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000
96	Perempuan	17 - 24 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 100.000 - Rp 500.000

Lampiran 3. Data Tabulasi Responden

**DATA TABULASI RESPONDEN**

No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
	1	5	5	5		5	20	5		5	5	15	5	5	5		5	5	5	30	5		5	5	5	5	25	5	
2	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	1	12	2	2	2	6	2	4	4	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	3	4	4	3	23
4	3	2	4	2	11	4	1	1	6	2	4	3	5	4	2	20	3	4	2	3	3	15	5	2	3	3	4	3	20
5	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	4	4	4	3	22	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	4	23
6	5	4	4	4	17	4	2	4	10	3	4	4	4	1	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	24
7	5	4	4	4	17	2	4	4	10	3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	4	22
8	3	4	4	4	15	4	3	1	8	3	4	3	4	5	3	22	3	4	3	5	4	19	4	3	3	4	4	4	22
9	5	5	4	5	19	5	3	5	13	4	5	5	4	5	3	26	4	5	4	5	5	23	5	3	4	5	4	5	26
10	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
12	4	5	5	5	19	5	1	1	7	5	5	4	5	4	4	27	5	4	5	4	4	22	5	5	3	4	4	4	25
13	4	5	5	5	19	5	1	1	7	5	5	3	5	4	4	26	5	4	4	4	4	21	5	5	3	5	5	4	27
14	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	4	5	2	25	5	5	2	5	5	22	5	5	4	5	5	4	28



No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
15	4	4	3	3	14	2	2	3	7	3	3	3	3	4	2	18	4	4	3	4	5	20	5	4	4	4	4	4	25
16	5	4	5	3	17	3	3	3	9	3	5	5	5	3	2	23	5	5	3	5	5	23	5	2	2	5	5	5	24
17	3	3	3	3	12	4	4	3	11	3	3	3	4	3	3	19	3	4	2	3	3	15	4	3	3	4	3	4	21
18	3	5	4	4	16	2	1	1	4	1	5	3	5	3	1	18	4	4	2	4	1	15	3	3	2	4	2	4	18
19	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	22
20	4	4	3	3	14	3	3	3	9	2	4	3	4	3	3	19	5	4	3	4	4	20	4	4	3	4	4	4	23
21	4	4	4	2	14	3	2	2	7	5	5	5	2	4	2	23	4	5	3	4	4	20	5	4	4	4	4	4	25
22	4	5	5	4	18	4	3	4	11	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	5	21	4	3	3	4	4	4	22
23	3	3	5	4	15	3	2	2	7	2	3	5	5	3	2	20	3	4	3	3	4	17	3	3	2	4	4	4	20
24	5	4	5	5	19	5	5	4	14	3	5	4	5	5	3	25	4	4	4	4	5	21	5	5	4	5	4	5	28
25	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	5	27
26	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	5	29
28	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	4	5	4	27	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	5	27
29	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	20	5	4	5	14	3	5	5	3	5	3	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	29
31	5	5	5	4	19	3	3	5	11	2	5	5	5	5	3	25	5	5	3	5	3	21	5	3	3	4	5	5	25



No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
32	5	4	5	4	18	3	2	2	7	2	3	4	3	4	3	19	4	5	2	4	3	18	5	4	4	5	5	4	27
33	4	5	4	5	18	4	2	4	10	3	5	5	5	4	3	25	4	4	3	4	4	19	4	2	3	4	4	4	21
34	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	5	4	5	5	5	28	3	5	4	5	4	21	4	5	4	5	3	5	26
35	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	5	5	3	4	3	24	4	4	3	3	5	19	5	4	3	4	4	3	23
36	4	4	4	4	16	3	4	2	9	3	4	4	3	4	3	21	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	5	4	23
37	3	4	3	4	14	3	2	2	7	2	3	3	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	4	22
38	3	4	4	4	15	4	4	5	13	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	3	3	3	21	3	3	3	4	4	17	3	4	3	3	4	4	21
41	4	3	4	4	15	4	2	2	8	3	3	4	4	4	3	21	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	4	23
42	4	2	4	3	13	4	3	4	11	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	4	22
43	5	5	5	5	20	5	3	5	13	3	5	5	5	5	3	26	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	29
44	5	5	5	5	20	5	3	3	11	4	5	5	5	5	3	27	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	20	3	4	3	10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
46	5	3	4	5	17	4	4	3	11	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	21	4	4	3	5	4	4	24
47	5	3	5	1	14	2	1	1	4	1	1	5	4	5	1	17	5	5	1	5	5	21	5	4	4	5	4	4	26
48	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30



No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
49	5	5	4	5	19	5	5	5	15	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
50	4	4	4	4	16	4	3	3	10	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	4	23
51	4	4	4	4	16	5	3	2	10	4	4	3	5	4	3	23	5	4	3	4	5	21	5	4	4	5	5	4	27
52	4	4	4	4	16	5	3	4	12	4	5	3	5	5	3	25	4	5	3	4	4	20	5	4	4	4	4	5	26
53	4	4	4	5	17	3	3	3	9	4	5	5	3	4	3	24	3	3	3	4	4	17	3	4	3	4	5	5	24
54	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
55	4	5	5	4	18	5	3	4	12	4	5	3	4	5	3	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	4	27
56	3	5	5	5	18	4	2	4	10	2	5	4	5	4	5	25	3	5	5	4	3	20	4	5	2	4	2	3	20
57	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	3	5	4	2	22	4	5	4	4	4	21	4	4	3	3	3	3	20
58	4	4	4	3	15	3	3	3	9	2	4	4	4	4	2	20	3	3	2	3	4	15	4	3	2	4	3	4	20
59	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	4	26
62	5	4	5	3	17	4	4	3	11	4	4	4	3	4	3	22	4	4	3	5	4	20	4	4	3	4	4	4	23
63	4	4	4	4	16	4	3	2	9	2	4	3	3	3	2	17	3	3	3	4	3	16	2	3	3	4	4	4	20
64	5	4	5	4	18	4	3	3	10	3	4	5	4	4	2	22	4	4	2	4	4	18	4	4	2	4	4	4	22
65	4	4	4	4	16	4	3	4	11	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24



No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
66	4	4	5	4	17	3	3	3	9	4	4	3	2	4	3	20	4	4	2	4	4	18	4	3	3	4	4	4	22
67	5	5	5	5	20	5	3	3	11	5	3	5	3	4	3	23	4	4	3	4	5	20	2	3	3	4	4	4	20
68	3	4	3	4	14	3	3	3	9	3	4	4	4	4	3	22	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	4	4	23
69	4	4	4	4	16	4	2	4	10	4	4	3	4	4	4	23	4	3	3	4	4	18	4	3	3	4	4	3	21
70	4	4	2	3	13	4	2	3	9	2	3	3	3	4	3	18	4	4	3	3	3	17	4	3	3	4	3	4	21
71	4	4	2	3	13	2	2	4	8	2	3	3	4	3	3	18	3	3	2	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
72	3	1	1	4	9	4	5	5	14	5	5	2	4	4	4	24	5	5	4	4	5	23	4	5	2	5	4	4	24
73	4	5	4	3	16	5	3	2	10	4	5	2	4	2	5	22	3	5	2	3	4	17	4	3	5	4	2	4	22
74	3	2	2	3	10	5	3	5	13	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	20	5	5	3	3	4	4	24
75	5	3	3	4	15	5	4	3	12	5	4	4	4	4	3	24	5	4	4	5	5	23	5	4	4	4	5	4	26
76	5	4	5	4	18	5	3	4	12	5	5	3	4	5	2	24	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	3	25
77	4	4	4	5	17	2	3	4	9	4	5	2	4	5	3	23	4	4	2	4	5	19	4	4	5	5	4	4	26
78	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	5	4	5	4	3	24	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	5	4	27
79	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	5	4	5	4	3	24	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	5	4	27
80	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	20	5	5	3	13	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30





No Responden	Item Pertanyaan Variabel Budaya				Total	Item Pertanyaan Variabel Sosial			Total	Item Pertanyaan Variabel Pribadi						Total	Item Pertanyaan Variabel Psikologis					Total	Item Pertanyaan Variabel Keputusan Berkunjung						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
83	5	5	5	5	20	4	2	4	10	3	5	4	4	4	2	22	2	4	2	3	3	14	2	3	3	2	3	4	17
84	4	4	4	5	17	2	2	4	8	4	5	4	5	4	4	26	4	4	2	4	4	18	4	5	4	4	4	4	25
85	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
86	5	4	5	5	19	5	5	3	13	5	5	4	5	5	3	27	5	4	4	5	5	23	5	4	3	5	4	4	25
87	3	4	2	1	10	2	2	2	6	2	3	2	4	3	2	16	3	3	2	2	3	13	3	3	1	2	3	3	15
88	4	3	3	3	13	4	2	3	9	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	3	15	4	3	3	4	3	3	20
89	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	5	4	4	5	3	25	4	4	4	4	5	21	4	3	3	4	4	4	22
90	5	4	4	5	18	5	4	5	14	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	5	5	29
91	4	4	3	3	14	3	2	3	8	4	3	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
92	5	4	3	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	4	2	22	4	4	3	5	4	20	4	4	3	4	3	4	22
93	4	4	5	4	17	5	2	3	10	4	5	4	4	4	3	24	4	4	4	3	5	20	5	5	2	4	3	4	23
94	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	4	3	20
95	4	5	5	3	17	4	2	3	9	4	4	4	3	4	3	22	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	4	22
96	3	3	3	3	12	3	3	2	8	3	4	3	4	4	3	21	4	4	2	4	4	18	4	4	2	4	3	4	21



Lampiran 4. Output SPSS Deskripsi Responden

**Hasil Output SPSS Karakteristik Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	20	20.8	20.8	20.8
	Perempuan	76	79.2	79.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

<b>Umur</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24	72	75.0	75.0	75.0
	25-34	17	17.7	17.7	92.7
	35-44	4	4.2	4.2	96.9
	>45	3	3.1	3.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

<b>Pekerjaan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	45	46.9	46.9	46.9
	Wiraswasta	30	31.3	31.3	78.1
	PNS	2	2.1	2.1	80.2
	Buruh	15	15.6	15.6	95.8
	Lainnya	4	4.2	4.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

<b>Pendapatan Perbulan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 100.000 - Rp 500.000	39	40.6	40.6	40.6
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	19	19.8	19.8	60.4
	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	32	33.3	33.3	93.8
	>Rp 5.000.000	6	6.3	6.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	



Lampiran 5. Hasil Output Uji Instrumen

**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

**1. UJI VALIDITAS**

**a. Validitas Variabel Budaya (X1)**

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.474**	.559**	.480**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.474**	1	.613**	.516**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.559**	.613**	1	.482**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.480**	.516**	.482**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
TOTAL_ X1	Pearson Correlation	.761**	.809**	.831**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





### b. Validitas Variabel Sosial (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.498**	.427**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.498**	1	.658**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.427**	.658**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.744**	.881**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### c. Validitas Variabel Pribadi (X3)

		Correlations						TOTAL_X3
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
X3.1	Pearson Correlation	1	.490**	.276**	.145	.395**	.553**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.159	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.490**	1	.304**	.442**	.450**	.417**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.276**	.304**	1	.260*	.435**	.302**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.006	.003		.011	.000	.003	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.145	.442**	.260*	1	.336**	.395**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.159	.000	.011		.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96



Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL_X3
X3.5	Pearson Correlation	.395**	.450**	.435**	.336**	1	.309**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	.553**	.417**	.302**	.395**	.309**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.002		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.724**	.740**	.615**	.602**	.688**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

#### d. Validitas Variabel Psikologis (X4)

Correlations							
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.650**	.534**	.697**	.637**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X4.2	Pearson Correlation	.650**	1	.454**	.680**	.479**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X4.3	Pearson Correlation	.534**	.454**	1	.507**	.501**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96



X4.4	Pearson Correlation	.697**	.680**	.507**	1	.553**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X4.5	Pearson Correlation	.637**	.479**	.501**	.553**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL _X4	Pearson Correlation	.859**	.783**	.780**	.836**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### e. Validitas Keputusan Berkunjung (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.514**	.487**	.650**	.528**	.421**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.514**	1	.500**	.500**	.389**	.439**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.487**	.500**	1	.579**	.551**	.551**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.650**	.500**	.579**	1	.576**	.603**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.528**	.389**	.551**	.576**	1	.563**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000



	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	.421**	.439**	.551**	.603**	.563**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL _Y	Pearson Correlation	.775**	.729**	.806**	.829**	.768**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## 2. UJI RELIABILITAS

### a. Reliabilitas variabel budaya (X1)

b. Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.33	4.667	.608	.771
X1.2	12.43	4.247	.656	.745
X1.3	12.40	3.947	.671	.735
X1.4	12.53	3.915	.588	.784

### b. Reliabilitas Variabel Sosial (X2)

c. Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	3





Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	6.75	4.526	.508	.794
X2.2	7.44	3.238	.693	.590
X2.3	7.25	3.389	.639	.656

c. **Reliabilitas Variabel Pribadi (X3)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	19.91	8.970	.541	.737
X3.2	19.21	9.619	.611	.720
X3.3	19.50	10.211	.434	.761
X3.4	19.36	10.445	.431	.761
X3.5	19.36	9.981	.545	.736
X3.6	20.16	8.807	.580	.725



**d. Reliabilitas Variabel Psikologis (X4)**

e. Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	16.15	6.568	.773	.803
X4.2	16.03	7.210	.677	.829
X4.3	16.69	6.091	.593	.864
X4.4	16.10	6.705	.740	.811
X4.5	16.03	6.852	.654	.832

## Lampiran 6. Hasil Output Uji Asumsi Klasik

## UJI ASUMSI KLASIK

## 1. UJI NORMALITAS

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77178036
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.067
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

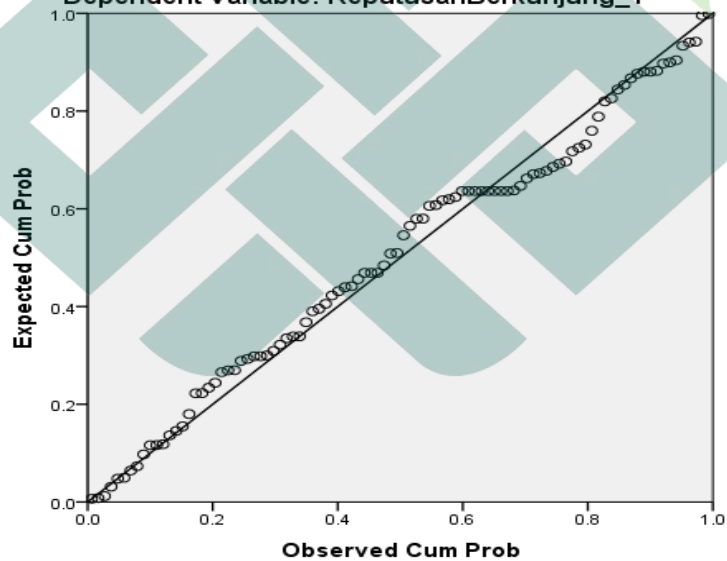
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Normalitas Dengan Metode Grafik P-P Plot

## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KeputusanBerkunjung\_Y





## 2. UJI LINIERITAS

### a. Uji Linieritas Variabel Budaya (X1)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berkunjung_Y * Faktor Budaya_X1	Between Groups	(Combined)	544.150	11	49.468	6.003	.000
		Linearity	428.704	1	428.704	52.020	.000
		Deviation from Linearity	115.446	10	11.545	1.401	.194
Within Groups			692.256	84	8.241		
Total			1236.406	95			

### b. Uji Linieritas Variabel Sosial (X2)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berkunjung_Y * Faktor Sosial_X2	Between Groups	(Combined)	690.063	10	69.006	10.736	.000
		Linearity	494.423	1	494.423	76.922	.000
		Deviation from Linearity	195.640	9	21.738	3.382	.001
Within Groups			546.343	85	6.428		
Total			1236.406	95			

### c. Uji Linieritas Variabel Pribadi (X3)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berkunjung_Y * Faktor Pribadi_X3	Between Groups	(Combined)	840.046	14	60.003	12.262	.000
		Linearity	737.853	1	737.853	150.787	.000
		Deviation from Linearity	102.193	13	7.861	1.606	.100
Within Groups			396.360	81	4.893		
Total			1236.406	95			



#### d. Uji Linieritas Variabel Psikologis (X4)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berkunjung_Y	Between Groups	(Combined)	950.991	12	79.249	23.046	.000
		Linearity	914.017	1	914.017	265.800	.000
* Faktor Psikologis_X4		Deviation from Linearity	36.974	11	3.361	.977	.473
Within Groups			285.415	83	3.439		
Total			1236.406	95			

### 3. UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients<sup>a</sup>

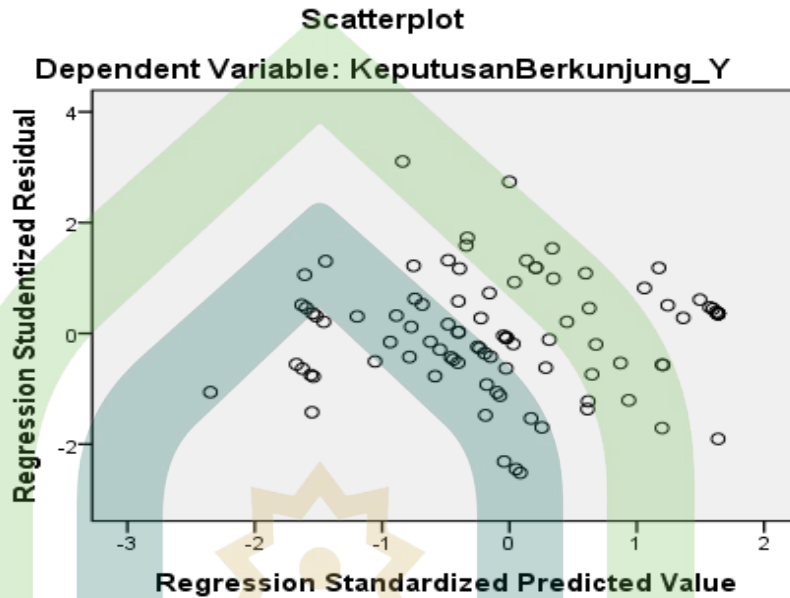
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.228	1.377		2.344	.021		
	FaktorBudaya_X1	.043	.096	.032	.453	.651	.538	1.860
	FaktorSosial_X2	.026	.101	.019	.252	.802	.447	2.240
	FaktorPribadi_X3	.203	.099	.206	2.061	.042	.267	3.752
	FaktorPsikologis_X4	.752	.102	.662	7.337	.000	.326	3.069

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung\_Y



4. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Hasil Uji dengan Grafik Scatterplot



Hasil Uji Dengan Metode Glejser

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.113	.862		1.292	.200
	FaktorBudaya_X1	.081	.060	.190	1.349	.181
	FaktorSosial_X2	-.048	.063	-.117	-.759	.450
	FaktorPribadi_X3	-.036	.062	-.117	-.584	.560
	FaktorPsikologis_X4	.014	.064	.038	.211	.833

a. Dependent Variable: ABS\_RES



Lampiran 7. Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda

**UJI REGRESI LINEAR BERGANDA**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 <sup>a</sup>	.759	.748	1.810
a. Predictors: (Constant), FaktorPsikologis_X4, FaktorBudaya_X1, FaktorSosial_X2, FaktorPribadi_X3				
b. Dependent Variable: KeputusanBerkunjung_Y				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.182	4	234.545	71.569	.000 <sup>b</sup>
	Residual	298.225	91	3.277		
	Total	1236.406	95			

a. Dependent Variable: KeputusanBerkunjung\_Y

b. Predictors: (Constant), FaktorPsikologis\_X4, FaktorBudaya\_X1, FaktorSosial\_X2, FaktorPribadi\_X3

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.228	1.377		2.344	.021
	FaktorBudaya_X1	.043	.096	.032	.453	.651
	FaktorSosial_X2	.026	.101	.019	.252	.802
	FaktorPribadi_X3	.203	.099	.206	2.061	.042
	FaktorPsikologis_X4	.752	.102	.662	7.337	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung\_Y

## Lampiran 8. Hasil Output Uji Hipotesis

**UJI HIPOTESIS****1. Uji Parsial (uji-t)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.228	1.377		2.344	.021
	FaktorBudaya_X1	.043	.096	.032	.453	.651
	FaktorSosial_X2	.026	.101	.019	.252	.802
	FaktorPribadi_X3	.203	.099	.206	2.061	.042
	FaktorPsikologis_X4	.752	.102	.662	7.337	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung\_Y

**2. Uji Simultan (uji-f)****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.182	4	234.545	71.569	.000 <sup>b</sup>
	Residual	298.225	91	3.277		
	Total	1236.406	95			

a. Dependent Variable: KeputusanBerkunjung\_Y

b. Predictors: (Constant), FaktorPsikologis\_X4, FaktorBudaya\_X1, FaktorSosial\_X2, FaktorPribadi\_X3







### 3. Uji Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 <sup>a</sup>	.759	.748	1.810

a. Predictors: (Constant), FaktorPsikologis\_X4, FaktorBudaya\_X1, FaktorSosial\_X2, FaktorPribadi\_X3

b. Dependent Variable: KeputusanBerkunjung\_Y

Lampiran 9. Tabel r

**Tabel r Untuk df =51- 100**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655





77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)



Lampiran 10. Tabel t

Tabel t Untuk df = 81-120

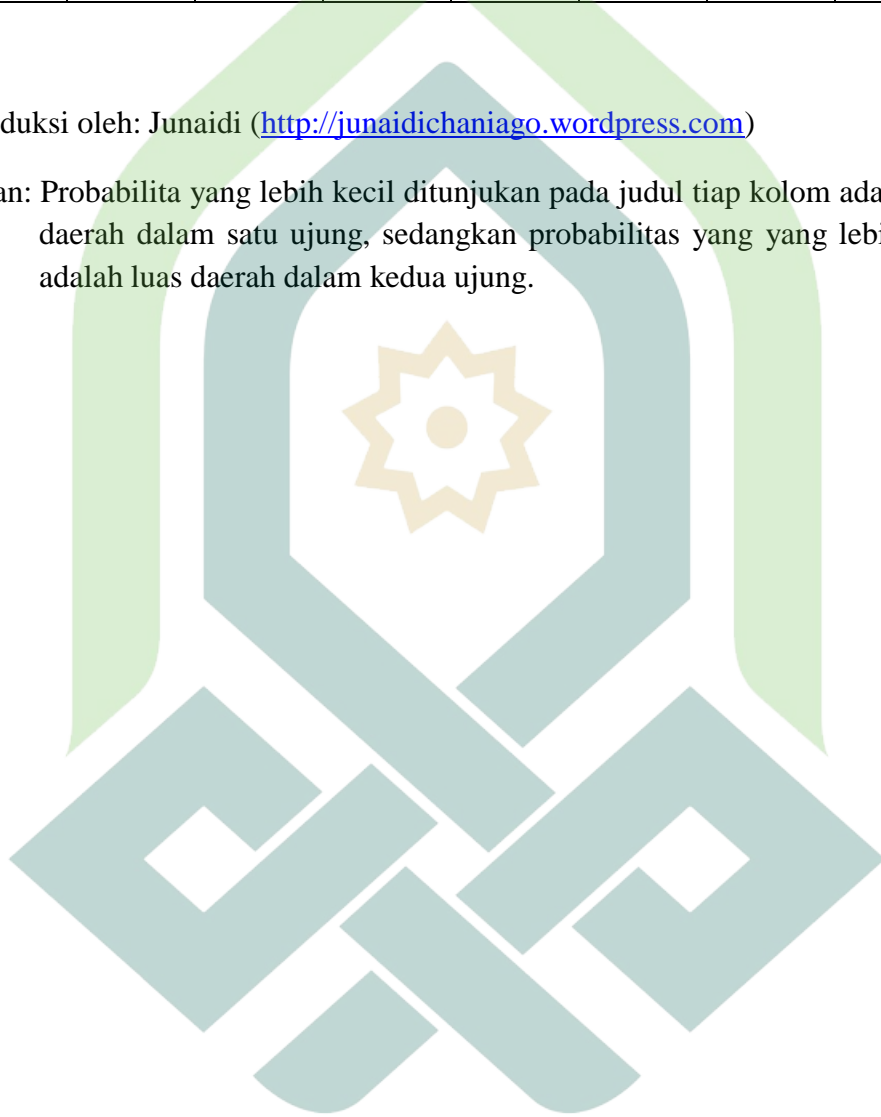
Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825
96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374
101	0.67693	128.999	166.008	198.373	236.384	262.539	317.289
102	0.67690	128.991	165.993	198.350	236.346	262.489	317.206
103	0.67688	128.982	165.978	198.326	236.310	262.441	317.125
104	0.67686	128.974	165.964	198.304	236.274	262.393	317.045
105	0.67683	128.967	165.950	198.282	236.239	262.347	316.967
106	0.67681	128.959	165.936	198.260	236.204	262.301	316.890
107	0.67679	128.951	165.922	198.238	236.170	262.256	316.815
108	0.67677	128.944	165.909	198.217	236.137	262.212	316.741
109	0.67675	128.937	165.895	198.197	236.105	262.169	316.669
110	0.67673	128.930	165.882	198.177	236.073	262.126	316.598
111	0.67671	128.922	165.870	198.157	236.041	262.085	316.528
112	0.67669	128.916	165.857	198.137	236.010	262.044	316.460
113	0.67667	128.909	165.845	198.118	235.980	262.004	316.392



<b>114</b>	0.67665	128.902	165.833	198.099	235.950	261.964	316.326
<b>115</b>	0.67663	128.896	165.821	198.081	235.921	261.926	316.262
<b>116</b>	0.67661	128.889	165.810	198.063	235.892	261.888	316.198
<b>117</b>	0.67659	128.883	165.798	198.045	235.864	261.850	316.135
<b>118</b>	0.67657	128.877	165.787	198.027	235.837	261.814	316.074
<b>119</b>	0.67656	128.871	165.776	198.010	235.809	261.778	316.013
<b>120</b>	0.67654	128.865	165.765	197.993	235.782	261.742	315.954

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

Catatan: Probabilita yang lebih kecil ditunjukan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.



Lampiran 11. Tabel f

**Titik Presentase Distribusi F Untuk Probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83





62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79

<b>86</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
<b>87</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
<b>88</b>	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
<b>89</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>90</b>	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>91</b>	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>92</b>	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>93</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
<b>94</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
<b>95</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
<b>96</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
<b>97</b>	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
<b>98</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
<b>99</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
<b>100</b>	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)





## Lampiran 12. Surat Ijin Penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan  
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 669/In.30/F.IV/TT.00/08/2019  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 Agustus 2019

Kepada Yth,  
Pimpinan Wisata Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan

di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Siti Mu'asifah

NIM : 2013116084

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial Dan Psikologis Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Wisata Kuliner Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dekan  
  
Shinta Dewi Rismawati



## Lampiran 13. Surat Selesai Penelitian

**PASAR RINDU SEMILIR****HUTAN KOTA KAJEN**

Jalan Rinjani no.2 Kajen, Kabupaten Pekalongan

Email: rindusemilir001@gmail.com

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN****Nomor : 007/VII/PRS/2020**

Wisata Pasar Rindu Semilir yang beralamat di Jl. Rinjani, Tanjung Sari Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan. Menyatakan bahwa:

Nama : Siti Mu'asifah  
NIM : 2013116084  
Jurusan : Ekonomi Syariah IAIN PEKALONGAN

Telah melakukan penelitian di Wisata Pasar Rindu Semilir dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Muslim di Wisata Pasar Rindu Semilir Kabupaten Pekalongan)**". Adapun penelitian dan pengumpulan data dilakukan mulai 1 Oktober 2019 – 26 Juli 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Pekalongan, 26 Juli 2020  
Ketua Pengelola

  
**Sudariyanto, S.KM**





*Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup Penulis*

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**IDENTITAS DIRI**

Nama : Siti Mu'asifah  
Nim : 2013116084  
Tempat/ Tanggal Lahir : Pekalongan/ 18 Juli 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Tanjung RT 02/ RW 01, Kecamatan Tirto,  
Kabupaten Pekalongan

**IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Shodikin  
Pekerjaan : Buruh  
Nama Ibu : Kasmirah  
Pekerjaan : Pedagang  
Alamat : Desa Tanjung RT 02/ RW 01, Kecamatan Tirto, Kabupaten  
Pekalongan

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. TK MUSLIMAT NU TANJUNG : Tahun 2003 - 2004
2. MIS TANJUNG : Tahun 2004 - 2010
3. MTS NU TIRTO : Tahun 2010 - 2013
4. SMK MA'ARIF NU TIRTO : Tahun 2013 - 2016



5. IAIN PEKALONGAN

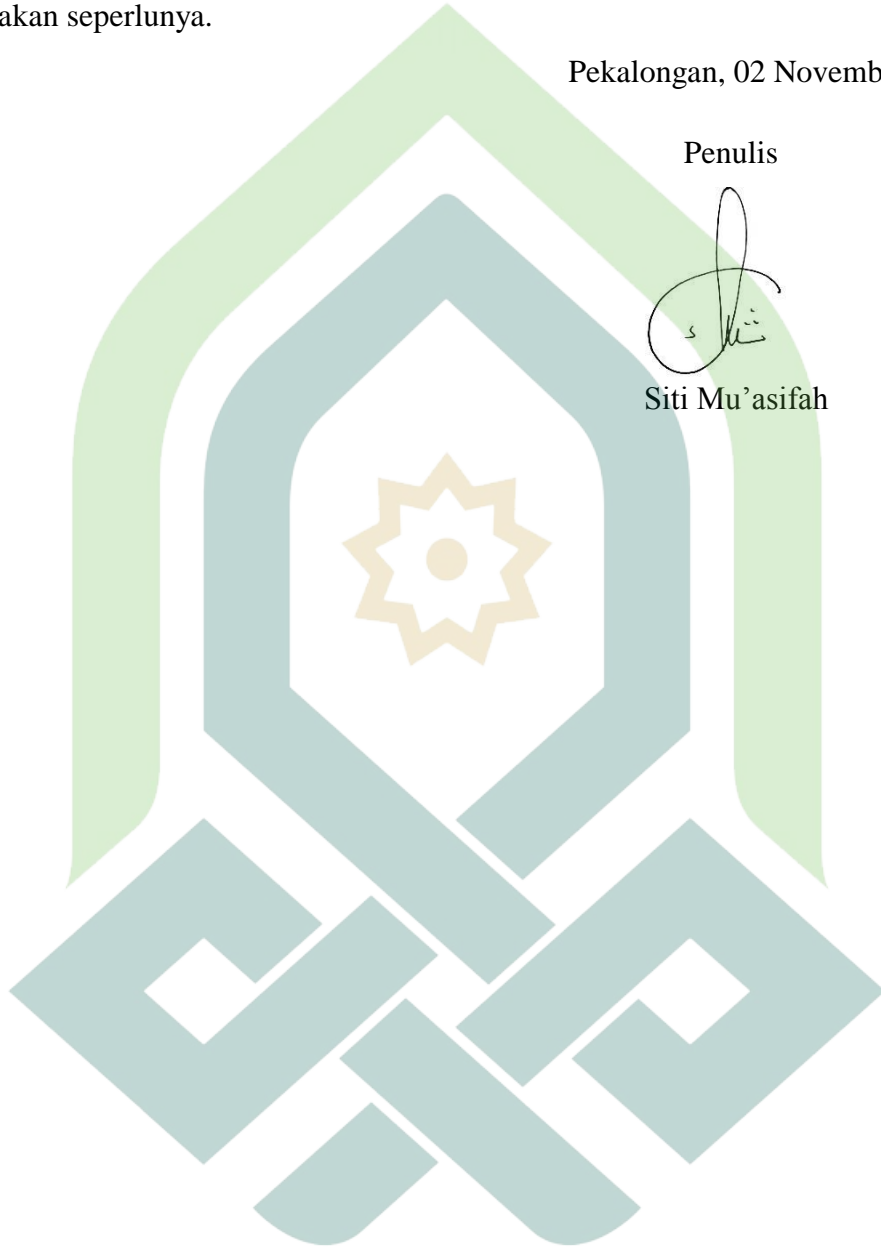
: Angkatan Tahun 2016

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 02 November 2020

Penulis

Siti Mu'asifah





Lampiran 15 Foto Dokumentasi



“Dokumentasi Pengisian Kuesioner”



“Alat Tukar Uang (Kepeng) yang Digunakan Untuk Transaksi”



“Stand Makanan”



“Foto bersama beberapa Pengelola wisata Pasar Rindu Semilir”





**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iainpekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SITI MU'ASIFAH  
NIM : 2013116084  
Jurusan/Prodi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
E-mail address : [sitimuasifah99@gmail.com](mailto:sitimuasifah99@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG  
MUSLIM DI WISATA PASAR RINDU SEMILIR KABUPATEN PEKALONGAN)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 30 November 2020



**SITI MUASIFAH  
NIM. 2013116084**

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk  
(Flashdisk dikembalikan)