



Pengaruh Pelayanan Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Di Kabupaten Jombang

Meliya Ayu Romantika

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang

Khotim Fadhli

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang

Moh. Ja'far Shodik Maksum

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang

Korespondensi penulis: meliyaayu26@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of service and attractiveness on the intention to visit tourist objects in Jombang district. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study is unlimited while the sample is 105 respondents using a purposive sampling technique. The data were collected using the questionnaire method, which were then analyzed using multiple regression analysis using SPSS version 26. The results showed that partially the service variable had an influence on the interest in visiting religious tourism objects in Jombang district, while the partial attractiveness variable also there is an influence on interest in visiting religious tourism objects in Jombang district. Simultaneously, the service and attractiveness variables affect the interest in visiting religious tourism objects in Jombang district.*

Keywords: *Service, Attractiveness, Interest in Visiting.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan daya tarik terhadap minat berkunjung ke objek wisata di kabupaten Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak terhingga sedangkan sampelnya berjumlah 105 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan dengan metode kuisioner, yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial variabel pelayanan terdapat pengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di kabupaten Jombang, sedangkan variabel daya tarik persial variabel daya tarik juga terdapat berpengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di kabupaten Jombang. Secara simultan, variabel pelayanan dan daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di kabupaten Jombang.

Kata kunci: Pelayanan, Daya Tarik, Minat Berkunjung

LATAR BELAKANG

Received Jan 30, 2024; Accepted Feb 2, 2024; Published March 01, 2024

* Meliya Ayu Romantika, meliyaayu26@gmail.com

Indonesia memiliki sektor pariwisata yang berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini didukung oleh keadaan alam Indonesia yang merupakan negara kepulauan, sehingga terdapat potensi pariwisata yang sangat tinggi yang dapat dikembangkan di daerah-daerah yang dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Keanekaragaman destinasi wisata di Indonesia tidak terbatas pada wisata alam, sejarah, budaya dan wisata buatan saja. Saat ini yang sedang populer di tengah-tengah masyarakat Indonesia yaitu wisata religi. Wisata religi dimaknai sebagai wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa tempat ibadah, makam ulama atau situs-situs kuno yang memiliki kelebihan (E. T. Wulandari, Maiti & Bidinger, 1981).

Menurut Menteri Pariwisata (Arief Yahya richard oliver, Zeithml., 2021), Indonesia memiliki potensi wisata religi yang sangat lengkap dan sudah diakui dunia. Struktur penduduk menurut pemeluk agama, selain membentuk segmen wisata religi, juga akan membentuk karakteristik destinasi wisata ziarah di wilayah tersebut. Mengingat banyaknya umat Islam di Indonesia, Kementerian Pariwisata RI telah mengambil berbagai langkah untuk mendorong lebih berkembangnya kegiatan keagamaan. Menurut Mill & Morrison (Sayangbatti & Baiquni, 2013), dalam sistem kepariwisataan, terdapat dua unsur pokok yang menentukan dalam pengembangan pariwisata. Kedua unsur tersebut adalah kualitas pelayanan dan daya tarik wisata. Kedua unsur tersebut merupakan inti dari kegiatan pariwisata yang mendorong bagi seseorang (calon wisatawan) untuk melakukan kegiatan wisata atau berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung/wisatawan dapat menjadi penentu keberhasilan suatu kegiatan pariwisata. Hal ini karena kualitas pelayanan dipercaya sangat berbanding lurus dengan kepuasan pengunjung/wisatawan, dimana jika kepuasan pengunjung atau wisatawan terpenuhi diharapkan apresiasi dalam upaya memperbaiki tata cara pelayanan dapat menjadi lebih baik (Budiono, et al., 2020). Keberhasilan pariwisata juga ditentukan dari seberapa besar sebuah obyek wisata mampu memberikan daya tarik bagi para pengunjung untuk mau berkunjung ke obyek wisata tersebut. Menurut Mill & Morrison (Sayangbatti & Baiquni, 2013), bahwa daya tarik wisata yang diberikan oleh para pelaku industri pariwisata kepada wisatawan di suatu destinasi wisata akan berpengaruh terhadap kegiatan wisata yang dilakukannya.

Jombang merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki julukan sebagai kota Santri, karena di kota ini terdapat beberapa pondok pesantren. Jombang juga dikenal sebagai daerah wisata, terdapat beberapa potensi wisata, baik wisata budaya, wisata buatan, wisata kuliner dan juga wisata religi. Salah satu objek wisata yang dapat dikembangkan adalah wisata religi, karena di kabupaten ini memiliki banyak peninggalan situs-situs religi berupa makam-makam tokoh para ulama dan makam-makam tokoh pahlawan. Seperti Makam KH. Abdul Wahab Chasbullah, Makam KH. Wakhid Hasyim, Makam KH. Bisri Syansuri, Makam KH. Sayyid Sulaiman, Makam KH. Hasyim Asy'Ari, Makam KH. Tamim Irsyad, Makam KH. M Romli Tamim serta makam – makam para ulama dan pahlawan lainnya.

Makam KH. Abdul Wahab Chasbullah merupakan salah satu objek wisata religi. KH. A. Wahab Hasbullah merupakan pahlawan nasional dan juga tokoh ulama yang sangat berpengaruh bagi perkembangan agama Islam dan menjaga kesatuan Indonesia, beliau pendiri serta perintis Nahdlatul Ulama. Lokasi Makam KH. Abdul Wahab Chasbullah bertempat di Dusun Tambak Beras, Gang Empat (4) Desa Tambak Rejo, Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang. Jejak peninggalan yang bisa dirasakan hingga hari ini adalah masih berdirinya pondok pesantren Bahrul Ulum Tambak Beras. Dan nama beliau juga diabadikan sebagai nama Universitas KH. Abdul Wahab Chasbullah di Tambak Beras Jombang.

Objek wisata religi berikutnya yaitu Makam KH. Abdurrahman Wakhid atau dikenal dengan Gus Dur. Beliau adalah tokoh muslim Indonesia dan pemimpin politik yang menjadi Presiden Indonesia keempat dari tahun 1999 hingga 2001. KH. Abdurrahman Wahid juga pernah menjabat sebagai ketua *Tanfidziyah* pengurus besar Nahdlatul Ulama. Lokasi makam Gus Dur bertempat di Jl. Irian Jaya Tebuireng No. 10, Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Selain Gus Dur, di tempat yang sama juga terdapat makam tokoh nasional lain yakni makam Hasyim As'ary dan makam Wahid Hasyim.

Objek wisata yang lain yakni makam KH. Bisri Syansuri. Beliau adalah tokoh muslim Indonesia, beliau juga pernah menjabat sebagai wakil Rais 'Aam dan Rais 'Aam sejak 1972 hingga tutup usia. KH. Bisri Syansuri juga terjun ke dunia politik berawal dengan menjadi anggota Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP). Pada tahun 1971 beliau menjadi anggota DPR dari NU. Lokasi makam KH. Bisri Syansuri bertempat di Jl.

KH. Bisri Syansuri No. 81/83, Denanyar Selatan Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang. Jejak peninggalan yang bisa dirasakan hingga hari ini adalah masih berdirinya pondok pesantren Mambaul Ma'arif.

KAJIAN TEORITIS

1. Pelayanan

Menurut (M. Nur Rianto Al-Alif, Rahayu, 2020) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kuallitas suatu layanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Karena jika kualitas layanan memiliki mutu yang tinggi maka dapat memenuhi harapan para konsumen. Dimensi kualitas pelayanan menurut (Kotler dan Keller, 2016) dalam Donni Juni Priansa terdiri dari :

a. Keandalan (Reliability)

Merupakan kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Sedangkan menurut (Fandy Tjipjono, Jayanti, 2016) keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

b. Keresponsifan (Responsiveness)

Merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. Sedangkan menurut (Fandy Tjipjono, Jayanti, 2016) daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

c. Keyakinan (Confidence)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "assurance". Menurut (Fandy Tjipjono, Jayanti, 2016) jaminan berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

d. Empaty (Empathy)

Merupakan kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada penlanggan menurut (Jayanti, 2016).

Menurut (Budianto & Tantra, 2017), empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan para konsumen.

e. Berwujud (Tangible)

Berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi. Menurut (Budianto & Tantra, 2017), tangible yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat bersamaan tangible ini merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

2. Daya Tarik

Menurut (Rai Utama, Hutasoit, 2020), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat, pada dasarnya daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni daya tarik wisata alamiah dan daya tarik wisata buatan.

Secara umum dalam sebuah destinasi, terdapat berbagai macam sub elemen yang saling mendukung dan memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga membentuk suatu kesatuan destinasi yang memiliki nilai dan daya tarik terhadap para calon wisatawan yang datang. Keseluruhan sub elemen tersebut secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi tiga hal utama. Ketiga hal tersebut adalah (Sayangbatti dan Baiquni, 2013) :

- a. Atraksi, segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan tertarik untuk datang, atau lebih dikenal sebagai objek wisata yang terdapat pada suatu destinasi.
- b. Kelengkapan fasilitas, segala macam fasilitas atau sarana penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam rangka menikmati obyek dan daya tarik wisata pada suatu destinasi.
- c. Aksesibilitas, segala bentuk sarana transportasi baik moda transportasi maupun infrastruktur penunjangnya yang menjamin kemudahan wisatawan untuk menjangkau obyek wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, dengan sumber data primer diperoleh melalui kuesioner. Pengolahan datanya menggunakan SPSS versi 26. Penelitian ini dilakukan di kabupaten Jombang. Populasi penelitian ini adalah pengunjung makam KH. A. Wahab Hasbullah, makam KH. Wahid Hasyim Gus Dur dan makam KH. Bisri

Syansuri di kabupaten Jombang dengan jumlah tak terhingga. Pengukuran sampel jika tak terhingga populasinya yaitu dengan menggunakan rumus Lemeshow. hasil perhitungan yang diperoleh yaitu 96,04. Dari hasil tersebut artinya minimal sampel yang digunakan berjumlah 97 orang dan oleh peneliti sampel dibulatkan menjadi 105.

HASIL

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.656	1.404		2.605	.011
	PELAYANAN	.062	.035	.187	1.752	.083
	DAYATARIK	.202	.040	.535	5.014	.000

a. Dependent Variable: MINATBERKUNJUNG
 Sumber: Hasil Data Diolah (2023)

Dari data yang telah disajikan dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,656 + 0,062 + 0,202$$

Dari hasil perhitungan dan persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien (0,815) yang menunjukkan bahwa apabila semua nilai variabel bebas = 0 maka nilai variabel minat berkunjung adalah sebesar 0,815.
- b. Nilai koefisien regresi pelayanan ($X_1 = 0,062$) yang menunjukkan bahwa setiap perubahan faktor pelayanan sebesar 1 satuan maka minat berkunjung akan berubah sebesar 0,062 satuan.

- c. Nilai koefisien regresi daya tarik ($X_2 = 0,202$) yang menunjukkan bahwa setiap perubahan faktor daya tarik sebesar 1 satuan maka minat berkunjung akan berubah sebesar 0,202 satuan.

2. Hasil Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	479.174	2	239.587	45.070	.000 ^b
	Residual	542.216	102	5.316		
	Total	1021.390	104			

a. Dependent Variable: MINATBERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), DAYATARIK, PELAYANAN

Sumber: Hasil SPSS Diolah (2023)

Dari hasil analisis data menggunakan SPSS 26 diperoleh nilai F hitung (45.070) > F tabel (2,055) dan diperoleh nilai signifikansi (0.000) < 0.05. Maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti bahwa variabel pelayanan dan daya tarik secara simultan signifikan mempengaruhi variabel minat berkunjung.

3. Hasil Uji T

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.656	1.404		2.605	.011
	PELAYANAN	.062	.035	.187	1.752	.083
	DAYATARIK	.202	.040	.535	5.014	.000

a. Dependent Variable: MINATBERKUNJUNG

Sumber: Hasil Data Diolah (2023)

1. Uji untuk variabel pelayanan

Terlihat bahwa nilai t hitung $1.752 > t$ tabel $0,195$ nilai sig $(0.083) > 0.05$ maka H_0 diterima H_a ditolak yang menunjukkan arti bahwa antara variabel pelayanan terhadap minat berkunjung berpengaruh namun tidak signifikan.

2. Uji untuk variabel daya tarik

Terlihat bahwa nilai t hitung $5.014 > t$ tabel $0,195$ nilai sig $(0.000) < 0.05$ maka H_0 diterima H_a ditolak yang menunjukkan arti bahwa antara variabel daya tarik terhadap minat berkunjung berpengaruh signifikan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Religi Kabupaten Jombang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (Uji t) diperoleh nilai t hitung $1.752 > t$ tabel $0,195$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif namun tidak signifikan antara variabel pelayanan terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di kabupaten Jombang. Ini membuktikan bahwa semakin besar kualitas pelayanan meningkat dengan baik maka akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke objek wisata religi di kabupaten Jombang.

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan wisata religi di kabupaten Jombang juga dirasa oleh wisatawan sudah cukup baik, hal ini karena pelayanan dalam wisata religi makam KH. Abdurraahman Wahid, makam KH. A. Wahab Hasbullah dan makam KH. Bisri Syansuri menjadi perhatian wisatawan. Di makam KH. A. Wahab Hasbullah pelayanan, yang diterima menurut responden menunjukkan bahwa lokasi wisata bersih dan terawat dengan baik, terdapat papan informasi yang menjelaskan mengenai KH. A. Wahab Hasbullah, petugas makam selalu siap siaga dalam melayani pengunjung dan petugas berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami. Di makam KH. A. Wahab Hasbullah jika saja tidak terdapat pelayanan akan tetap dikunjungi oleh wisatawan dikarenakan KH. A. Wahab Hasbullah adalah ulama besar yang dikenal banyak orang. Dan tujuan utama para pengunjung makam adalah untuk mencari barokah.

Dimakam KH. Abdurraahman Wahid (Gus Dur) kualitas pelayanan berdasarkan pengisian angket responden menunjukkan bahwa lokasi wisata bersih dan

terawat dengan baik, terdapat papan informasi yang menjelaskan mengenai Gus Dur, petugas makam selalu siap siaga dalam melayani pengunjung dan petugas berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami. Di makam KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) jika saja tidak terdapat pelayanan akan tetap dikunjungi oleh wisatawan dikarenakan KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) adalah ulama besar serta pernah menjabat sebagai presiden Indonesia yang dikenal banyak orang. Dan tujuan utama para pengunjung makam adalah untuk mencari barokah.

Di makam KH. Bisri Syansuri kualitas pelayanan berdasarkan pengisian angket responden menunjukkan bahwa lokasi wisata bersih dan terawat dengan baik, namun tidak terdapat papan informasi yang menjelaskan mengenai KH. Bisri Syansuri, dan tidak ada petugas makam. Di makam KH. Bisri Syansuri tidak terdapat pelayanan akan tetapi dikunjungi oleh banyak wisatawan dikarenakan KH. Bisri Syansuri adalah ulama besar yang dikenal banyak orang. Dan tujuan utama para pengunjung makam adalah untuk mencari barokah.

2. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Religi Kabupaten Jombang.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (Uji t) diperoleh nilai t hitung $5.014 > t$ tabel $0,195$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel daya tarik terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi kabupaten Jombang. Dalam hal ini membuktikan bahwa semakin daya tarik meningkat dengan baik maka akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di wisata religi kabupaten Jombang.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa daya tarik yang diberikan wisata religi makam KH. A. Wahab Hasbullah, makam KH. Abdurrahman Wahid dan makam KH. Bisri Syansuri di kabupaten Jombang juga dirasa oleh wisatawan sudah cukup baik. Di makam KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) daya tarik melalui adanya penjual oleh-oleh sangat banyak dan berjejer dengan rapi, area parkir luas, fasilitas memadai serta aksesibilitas menuju makam baik, sehingga banyak wisatawan minat berkunjung. Daya tarik di makam KH. Abdurrahman Wahid juga berasal dari KH. Abdurrahman Wahid yang merupakan ulama besar serta pernah menjabat sebagai presiden Indonesia yang dikenal banyak orang.

Di makam KH. A. Wahab Hasbullah daya tarik melalui adanya penjual oleh-oleh masih dirasa kurang, area parkir luas namun masih luas di makam Gus Dur, fasilitas memadai serta aksesibilitas menuju makam baik. Daya tarik di makam KH. A. Wahab Hasbullah juga berasal dari KH. A. Wahab Hasbullah yang merupakan ulama besar pendiri Nahdlatul Ulama yang dikenal banyak orang.

Di makam KH. Bisri Syansuri daya tarik menunjukkan bahwa penjual oleh-oleh cukup banyak, area parkir luas namun masih luas di makam KH. Abdurrahman Wahid, fasilitas memadai dan aksesibilitas menuju makam baik. Daya tarik di makam KH. Bisri Syansuri juga berasal dari KH. Bisri Syansuri yang merupakan ulama besar pendiri Nahdlatul Ulama yang dikenal banyak orang.

3. Pengaruh Pelayanan dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Religi Kabupaten Jombang.

Hasil analisis data secara simultan (Uji F) diperoleh nilai F hitung $45.070 > F$ tabel $0,195$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan dan daya tarik terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi kabupaten Jombang yang disebabkan oleh kuatnya keterikatan antar wisatawan dengan wisata religi. Hal ini di dukung dengan tingginya pelayanan dan daya tarik yang terjalin di wisata religi akan membuat wisata religi memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan wisata lainnya sehingga dapat menarik minat berkunjung wisatawan ke wisata religi kabupaten Jombang.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa pelayanan dan daya tarik yang diberikan wisata religi makam KH. A.Wahab Hasbullah, makam KH. Abdurrahman Wahid dan makam KH. Bisri Syansuri di kabupaten Jombang juga dirasa oleh wisatawan sudah cukup baik. Dengan mewujudkan atau meningkatkan pelayanan dan daya tarik dengan baik dapat dilihat bahwa kebanyakan dari wisatawan sudah melihat dan merasakan adanya pelayanan dan daya tarik yang baik terceminkan dalam hal saat berkunjung ke wisata religi makam KH. Wahab Hasbullah, makam KH. Abdurrahman Wahid dan makam KH. Bisri Syansuri. Serta wisata telah memiliki kelengkapan fasilitas dan aksesibilitas yang cukup baik membuat pengunjung minat berkunjung ke wisata religi. Oleh sebab itu pelayanan dan daya tarik tetap harus dijaga dan diperbaiki untuk menarik minat berkunjung wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh dan dapat menarik minat berkunjung para pengunjung wisata religi di kabupaten Jombang. Wisata religi kabupaten Jombang khususnya pada makam KH. A. Wahab Hasbullah, makam KH. Abdurrahman Wakhid dan makam KH. Bisri Syansuri sudah memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan para wisatawan. Daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung para pengunjung wisata religi di kabupaten Jombang. Wisata religi kabupaten Jombang khususnya pada makam KH. A. Wahab Hasbullah, makam KH. Abdurrahman Wakhid dan makam KH. Bisri Syansuri memiliki daya tarik yang baik dan mampu menarik pengunjung. Pelayanan dan daya tarik secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung ke objek wisata religi di kabupaten Jombang. Dalam penelitian ini peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Hal ini disadari dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang peneliti miliki. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi peneliti khususnya dan juga bagi para pembaca.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan artikel ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat kepada: bapak dosen khotim fadhli selaku dosen pembimbing skripsi dan bapak ja'far shodik makruf selaku dosen penguji skripsi.

DAFTAR REFERENSI

- Budianto, H. J., & Tantra, E. C. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Maxxiklin Surabaya. *Journal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(1), 137–151.
- Hutasoit, J. (2020). Pengaruh Industri kepariwisataan Terhadap Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Provinsi Lampung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 12–26.
- Jayanti, N. D. (2016). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 1–97.

- Kotler dan Keller. (2016). Pengertian kualitas pelayanan dan macam macam dimensi kualitas pelayanan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 21 pages.
- Maiti, & Bidinger. (1981). *Wisata Religi, Masyarakat Islam, Pelestarian Tradisi Maulid, Dan Pengelolaan Wisata Religi*. 53(9), 1689–1699.
- Pelayanan, P., Dan, O., & Tarik, D. (2020). *Kepuasan Wisatawan (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro) Pengaruh Pelayanan , Obyek Dan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro)*.
- Rahayu, A. (2020). *Prinsip Kualitas Layanan*. 1–23.
- richard oliver (dalam Zeithml., dkk 2018). (2021). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Agustus*, 5(2), 126–136.
- Budiono, P. (2020). Pengaruh Pelayanan, Obyek Dan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro).
- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Agustus*, 5(2), 126–136.