

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Dilihat dari hasil analisis yang telah dilakukan secara deskriptif maupun statistik dengan program SmartPLS3, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini antara lain:

1. *Spiritual belief* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *visit intention* dengan hasil *path coefficient* sebesar 0,735 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 di bawah nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Tingkat *spiritual belief* maka mempengaruhi *visit intention* pengunjung untuk mendatangi tujuan wisata religi,
2. *Visit Intention* berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas dengan hasil *path coefficient* sebesar 0,782 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 kurang dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *visit intention* maka loyalitas terhadap tempat wisata religi akan semakin tinggi.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan dalam pengumpulan data, antara lain sebagai berikut:

1. Kuesioner ini sebagian didistribusikan melalui formulir *online* atau *google form* sehingga peneliti tidak dapat menentukan kesulitan atau ketidakpahaman responden saat mengisi kuesioner,

2. Responden penelitian harus berasal dari wilayah Surabaya, Sidoarjo, Gresik, atau Lamongan,
3. Setiap destinasi wisata religi memiliki ciri khas tersendiri. *spiritual belief*, *visit intention*, dan loyalitas yang diamati di Sunan Ampel Surabaya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan secara spesifik pengalaman di tujuan wisata religi lainnya,
4. Keterbatasan penelitian hanya pada satu lokasi yaitu Sunan Ampel Surabaya, sehingga mungkin tidak mencakup seluruh aspek yang dapat mempengaruhi *spiritual belief*, *visit intention*, dan loyalitas.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang diperoleh antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Sunan Ampel Surabaya, sebaiknya dapat lebih meningkatkan kenyamanan pengunjung terhadap wisata religi Sunan Ampel dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai sehingga pengunjung menerima pelayanan sesuai dengan harapan mereka dan berdampak pada kepuasan pengalaman salah satunya kepuasan rohani atau spiritual, sehingga berpengaruh pada niat kunjungan (*visit intention*) pengunjung,
2. Bagi masyarakat, disarankan untuk memberikan penilaian yang obyektif sehingga berdampak positif terhadap pemaknaan *spiritual belief*, *visit intention*, dan loyalitas yang dihasilkan dari pengalaman berkunjung.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah pengetahuan dan melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas sehingga lebih variatif dan dapat dirumuskan dengan lebih baik sehingga mendapatkan hasil penelitian yang semakin optimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F. (2018). An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Hospitality Research. *International of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538.
- Anshori, M. Y., Mardhotillah, rRachma riRzqina, & Salamah, U. (2021). Analysis of Factors Affecting Return Visits: A Study on Religious Tourism of Sunan Ampel Surabaya. *Patrawidya*, 22(2), 125–138.
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jesya*, 5(2), 1585–1597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.768>
- Counted, V., & Watts, F. (2017). Place attachment in the Bible: The role of attachment to sacred places in religious life . *Journal of Psychology and Theology*, 45(3), 218–232.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Faletahan, F. A. (2019). ‘Serenity, Sustainability dan Spirituality’ dalam Industri Manajemen Wisata Religi. *Jurnal Pariwisata*, 6(1), 16–32.
- Hair Jr, J. F, Matthews, L. M., R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *E. International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107–123.
- Homayouni, A. (2011). The role of personality traits and religious beliefs in tendency to addiction. *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 30, 851–855.
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Juwanda, V., & Widyastuti, D. A. (2023). Dampak Kepuasan Pengunjung sebagai Mediasi Antara Hubungan Experiential Marketing terhadap Revisit Intention (Studi Kasus pada Pariwisata di Pantai Carocok dan Kawasan Mandeh).

*Management, and Industry (JEMI)*, 06(02), 75–94.  
<https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2430>

Kala, D. (2021). ‘Thank you, God. You saved us’ - examining tourists’ intention to visit religious destinations in the post COVID.’ *Current Issues in Tourism*, 24(22), 3127–3133. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1876643>

Kirom, N. R., Jaman, W., & Putra, A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.

Latan, H., & Ghozali. (2013). *Partial Least Squares: Permodelan Jalur Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program PLS.* , Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Liljander, V., & Tore, S. (1997). Emotions In Service Satisfaction. *International Journal Of Service Industry Management*, 8(2), 148–169.

Madyan, M., Kholidah, H., Fitrisia, D., & Laila, N. (2015). Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 101–106.

Mazumdar, S., & Mazumdar, S. (2004). Religion and place attachment: A study of sacred places . *Journal of Environmental Psychology*, 24(3), 385–397.

Nugroho, Y. A. A. (2006). Menumbuhkan Service Loyalty Melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen Pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Maranatha (JMM)*, 5(2).

Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar Statistika Penelitian*. Gramasurya. [www.sibuku.com](http://www.sibuku.com)

Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., Payini, V., & Mallya, J. (2020). Visitors’ loyalty to religious tourism destinations: Considering place attachment, emotional experience and religious affiliation. *Tourism Management Perspectives*, 36, 1–13.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100737>

- Pujiyati, H., & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). Antecedent Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 21–39. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p02>
- Richard P. Bagozzi, Y. Y. and L. W. P. (2013). Bagozzi\_Assesing Construct Validity in Organizational Research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458.
- Risher, J. (2018). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. December. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 139–148.
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., Alhada, M., Habib, F., Negeri, I., & Tulungagung, A. R. (2021). Analisis Potensi Obyek Wisata Pantai Dengan Konsep Halal Beach Tourism di Kota Denpasar. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 143–156. <https://doi.org/10.21274>
- Sangpikul, A. (2018). *Jurnal Internasional Penelitian Budaya, Pariwisata dan Perhotelan*.
- Serra-Cantalops, A., Ramon-Cardona, J., & Salvi, F. (2018). The impact of positive emotional experiences on eWOM generation and loyalty. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(2), 142–162. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-0009>
- Setiawan, S., Putri Utami, N., Al Kwarizmi Dwi Anggara, M., Daril Nofriansyah, M., Raihan Fikriansyah, M., Azzahra, R., & Nizar Hidayanto, A. (2022). Intention to Visit Tourist Destinations: The Effect of Mobile Tourism Recommender System on Visit Intention. *Journal of Information System*, 18(1), 46–61.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument ; How to Test the Validation of a Questionnaire / Survey in a Research Hamed

Taherdoost To cite this version : HAL Id : hal-02546799 Validity and Reliability of the Research Instrument ; How to Test the. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(3), 28–36.

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Prentice Hall.

Zhang, H., Fu, X., Cai, L., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Touruism Management*, 40, 213–223.

