

Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Laili Husnia; lailihusnia123@gmail.com
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Kawasan Alun-Alun Kota Pasuruan memiliki potensi wisata religi yang tinggi, ditandai dengan meningkatnya kunjungan pada akhir pekan dan hari besar keagamaan. Namun, hal ini belum berdampak signifikan terhadap aktivitas belanja di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh daya tarik wisata religi dan sarana prasarana terhadap minat berbelanja, khususnya pada destinasi seperti Makam KH. Abdul Hamid.. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 84 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis melalui regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata religius dan sarana prasarana secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berbelanja, dengan nilai Fhitung sebesar 69,860 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 62,4% menunjukkan kontribusi kedua variabel terhadap variasi minat berbelanja. Secara parsial, daya tarik wisata religius (X_1) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan sarana prasarana (X_2) juga signifikansi sebesar 0,000, yang berarti kedua variabel tersebut secara independen memberikan kontribusi terhadap minat berbelanja. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya penguatan wisata religius dan infrastruktur untuk mendorong peningkatan ekonomi lokal

Kata Kunci: daya tarik wisata religius; sarana prasarana; minat berbelanja

ABSTRACT

Pasuruan City Square area has high potential for religious tourism, marked by increased visits on weekends and religious holidays. However, this has not had a significant impact on shopping activities in the surrounding area. This study aims to analyze the influence of religious tourism attractions and infrastructure on shopping interest, especially at destinations such as the Tomb of KH. Abdul Hamid. This study uses a quantitative approach with a sample of 84 respondents selected through purposive sampling technique. Data were collected using a questionnaire and analyzed through multiple linear regression with the help of SPSS. The results of the F test show that the variables of religious tourism attractions and infrastructure simultaneously have a significant effect on shopping interest, with an F count value of 69.860 and a significance of 0.000 (< 0.05). The coefficient of determination (R^2) value of 62.4% indicates the contribution of both variables to the variation in shopping interest. Partially, religious tourism attractions (X_1) with a significance value of 0.000 and infrastructure (X_2) also have a significance of 0.000, which means that both variables independently contribute to shopping interest. These findings underscore the importance of strengthening religious tourism and infrastructure to boost local economic growth.

Keywords: religious tourism attractions; infrastructure; shopping interest

PENDAHULUAN

Daya tarik wisata merupakan salah satu komponen esensial dari pengembangan ranah pariwisata di berbagai daerah. Keberadaan daya tarik wisata yang unik serta menarik mempunyai peran penting untuk memikat minat para pelancong, baik dari dalam maupun luar negeri. Di antara berbagai jenis pariwisata, wisata religi memiliki daya tarik tersendiri, selain memberikan pengalaman spiritual juga mampu menggerakkan sektor ekonomi lokal. Wisata religi didefinisikan sebagai ekspedisi keagamaan yang difokuskan untuk memperbanyak amal-amal religius dengan mengunjungi tempat-tempat yang mengandung dimensi transendental bagi pemeluk agama termasuk tempat-tempat keagamaan, makam tokoh agama, atau tempat bersejarah keagamaan. Tujuan dari wisata ini adalah untuk memenuhi kebutuhan rohani, memperkuat iman dan mendekatkan diri kepada Tuhan.

Kota Pasuruan merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi besar dengan sektor pariwisata, khususnya wisata religi. Kawasan Alun-Alun Kota Pasuruan menjadi pusat aktivitas masyarakat yang tak hanya menjadi area komunal, melainkan juga sebagai kawasan yang mempunyai nilai historis serta religius. Di sekitar kawasan ini terdapat beberapa objek wisata religi, seperti masjid bersejarah (Masjid Jami' Al-Anwar) dan makam tokoh agama (KH Abdul Hamid), yang banyak dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah.

Pratama (2021) menyatakan daya tarik wisata adalah semua hal yang menawarkan keistimewaan, estetika, serta bernilai baik berupa keanekaragaman alam, budaya, ciptaan manusia yang dijadikan sasaran destinasi oleh wisata. Selaras dengan tuntutan zaman yang terus berubah dan teknologi saat ini, kini semakin berkembang beragam varian destinasi wisata, dengan wisata religi menempati posisi yang cukup signifikan. Indonesia menyimpan potensi besar dalam wisata religi karena karakteristik masyarakatnya yang religius. Tempat-tempat suci dan peninggalan bernuansa agama selain memiliki makna mendalam juga menjadi daya tarik wisata yang menjanjikan. Wisata religi ini dapat berasosiasi dengan aspirasi transendental wisatawan dalam meraih kekuatan spiritual dan pengokohan iman, keberkahan dan kekayaan yang melimpah.

Robbins (2011:155) menyatakan sarana prasarana adalah Fasilitas yang krusial guna memfasilitas pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan dengan lebih efektif guna meningkatkan produktivitas kerja. Sutopo (2018) menyatakan sarana adalah segala bentuk perlengkapan yang digunakan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Menurut Muekijat (2017), Prasarana adalah segala sesuatu yang menjadi penunjang utama bagi terlaksananya kegiatan secara baik. Dengan banyaknya destinasi wisata yang didukung sarana prasarana akan membuat wisatawan merasakan sebuah kepuasan. Persepsi positif wisatawan mengenai kenyamanan dan kepuasan terhadap suatu objek wisata akan mendorong minat mereka untuk berkunjung kembali.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan minat berbelanja yaitu kecenderungan seseorang untuk bertindak dalam membeli suatu produk berdasarkan pengalaman, preferensi, atau pengaruh eksternal. Indika dan Jovita (2017) menyatakan minat beli merepresentasikan pada kesiapan psikologis pelanggan sebagai tahap awal dalam hierarki keputusan transaksi produk. Minat berbelanja adalah keinginan atau ketertarikan individu untuk melakukan kegiatan membeli barang atau jasa berdasarkan kebutuhan, keinginan, atau pengaruh tertentu seperti promosi, kualitas produk atau pengalaman berbelanja.

Daya tarik wisata religi merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku pelancong, termasuk dalam hal minat untuk melakukan aktivitas ekonomi, seperti berbelanja. Semakin tinggi tingkat daya tarik suatu destinasi wisata religi, maka semakin besar pula potensi peningkatan jumlah kunjungan yang dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Namun, keberhasilan tersebut tidak hanya ditentukan oleh kekuatan daya tarik wisata semata, melainkan juga oleh ketersediaan dan

kualitas sarana serta prasarana pendukung, seperti akses transportasi, fasilitas parkir, kebersihan lingkungan, dan kenyamanan ruang publik.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa pada akhir pekan maupun pada hari besar keagamaan, jumlah pengunjung kawasan Alun-Alun Kota Pasuruan cenderung meningkat, khususnya dalam rangka kegiatan wisata religi seperti berziarah dan beribadah. Meskipun demikian, peningkatan jumlah kunjungan tersebut belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan aktivitas belanja di pusat-pusat perbelanjaan yang berada di sekitarnya. Banyak pengunjung yang hanya berfokus pada aktivitas keagamaan dan tidak melanjutkan kunjungan mereka ke pusat perbelanjaan.

Permasalahan ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara potensi wisata religi dengan pemanfaatannya dalam mendorong sektor perdagangan lokal. Oleh karena hal itu, peneliti menilai penting untuk melaksanakan suatu kajian ilmiah mendalam melalui judul pengaruh daya tarik wisata religius dan sarana prasarana terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar alun-alun kota pasuruan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Ruang lingkup atau Batasan dari studi ini difokuskan pada sektor pemasaran terutama terkait daya tarik wisata religius dan sarana prasarana, terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar alun-alun Kota Pasuruan. Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Alun-Alun Sel, Kebonsari, Kec. Panggungrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67116. Populasi dalam studi ini yaitu di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan terdiri dari peziarah yang berkunjung ke makam KH. Abdul Hamid, yang datang untuk berziarah dan berdoa, serta wisatawan yang menikmati suasana alun-alun sebagai tempat bersantai dan menikmati pusat perbelanjaan disekitarnya, adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang respondennya berbelanja di pusat perbelanjaan. Didapat jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 84 responden. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara serta observasi. Teknik analisis data terdiri dari: uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, dan uji auto korelasi, berikutnya analisis koefisien determinasi, analisis linear berganda, pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1: Uji Validitas

No.	Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
1	Daya Tarik Wisata Religius (X1)	X1.1.1	0,619	0,214	Valid
		X1.1.2	0,622	0,214	Valid
		X1.2.1	0,638	0,214	Valid
		X1.2.2	0,692	0,214	Valid
		X1.3.1	0,658	0,214	Valid
		X1.3.2	0,693	0,214	Valid
		X1.4.1	0,650	0,214	Valid
		X1.4.2	0,700	0,214	Valid
		X1.5.1	0,690	0,214	Valid
		X1.5.2	0,649	0,214	Valid
		X1.6.1	0,635	0,214	Valid
X1.6.2	0,648	0,214	Valid		
2	Sarana Prasarana (X2)	X2.1	0,745	0,214	Valid
		X2.2	0,778	0,214	Valid
		X2.3	0,765	0,214	Valid
		X2.4	0,764	0,214	Valid
3	Minat Berbelanja (Y)	Y1	0,734	0,214	Valid
		Y2	0,654	0,214	Valid
		Y3	0,673	0,214	Valid
		Y4	0,669	0,214	Valid

Sumber :Data primer diolah, 2025.

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwasannya setiap butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan sah atau valid dalam menjelaskan indikator penelitian, karena memiliki nilai r hitung > r tabel

Uji Reliabilitas

Tabel 2: Uji Reliabilitas

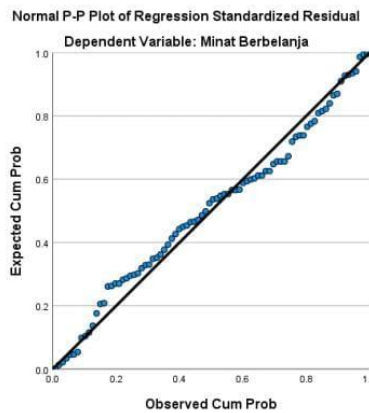
Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya Tarik Wisata Religius (X1)	0,880	Reliabel
Sarana Prasarana (X2)	0,757	Reliabel
Minat Berbelanja (Y)	0,616	Reliabel

Sumber :Data primer diolah, 2025

Pada tabel 2 dari hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian dinilai reliabel sebab memiliki skor Cronbach's Alpha > 0,60.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Gambar 1: Uji Normalitas



Sumber :Data primer diolah, 2025

Berdasarkan dari hasil yang disajikan pada gambar 4, pengujian normal plot menjelaskan bahwasanya persebaran data berada di area sumbu diagonal dan sejalan dengan sumbu tersebut sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya model regresi sesuai asumsi normalitas atau distribusi data normal maupun mendekati normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3: Uji Multikolinearitas

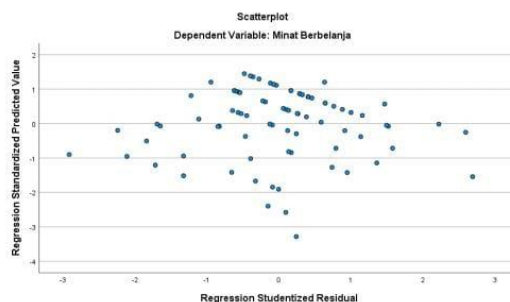
Variabel Dependen	Variabel Independen	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
Minat Berbelanja (Y)	Daya Tarik Wisata Religius (X ₁)	0,901	1,110	Tidak terjadi multikolinearitas
	Sarana Prasarana (X ₂)	0,901	1,110	

Sumber :Data primer diolah, 2025

Tabel 3, maka dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance semua variabel independen juga mendekati 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari daya tarik wisata religi dan sarana prasarana terhadapminat berbelanja tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2: Uji Heteroskedastisitas



Sumber :Data primer diolah, 2025

Gambar 2, pada grafik *scatterplot* menunjukkan penyebaran titik dengan acak dan tidak memiliki pola khusus yang jelas dan menyebar dibawah dan juga diatas nilai nol untuk garis y sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4: Uji Autokorelasi

Kreteria	Nilai	Keterangan
Durbin-Watson	1,984	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber :Data primer diolah, 2025

Tabel 4, nilai $dL = 1,5969$ dan $dU = 1,6942$. Berdasarkan hasil ini keputusan yang didapatkan yaitu $dU < d < 4-dU$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Uji Linearitas

Tabel 5: Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Deviation from Linearity		Keterangan
	Sig,	Alpha	
Hubungan Daya Tarik Wisata Religius (X_1) dengan Minat Berbelanja (Y)	0,109	0,05	Linear
Hubungan Sarana Prasarana (X_2) dengan Minat Berbelanja (Y)	0,675	0,05	Linear

Sumber :Data primer diolah, 2025

Hasil tabel 5 menunjukkan bahwa nilai signifikan pada deviation from linearity variabel daya tarik wisata religius (X_1) yaitu $0,109 > 0,05$, variabel sarana prasarana (X_2) yaitu $0,675 > 0,05$, dengan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan linear, dengan kata lain asumsi uji linearitas sudah terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6: Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	Variabel Independen	Constanta	Unstandardized Coefficients		Keterangan
			B	Std. Error	
Minat Berbelanja (Y)	Daya Tarik Wisata Religius (X_1)	1,317	0,152	0,023	Positif
	Sarana Prasarana (X_2)	1,317	0,409	0,057	Positif

Sumber :Data primer diolah, 2025

Tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1,317 + 0.152 X_1 + 0,409 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta bernilai positif sebesar 1,317. Nilai positif ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel independen dan dependen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa apabila seluruh variabel independen yaitu daya tarik wisata religius

- (X_1), sarana prasarana (X_2) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel dependen minat berbelanja (Y) akan tetap sebesar 1,317.
2. Variabel daya tarik wisata religius (X_1) memiliki koefisien regresi positif 0,152. Hal ini mengindikasikan bahwa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, setiap peningkatan 1% pada daya tarik wisata religius akan meningkatkan minat berbelanja sebesar 0,152 atau 15,2% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bersifat konstan.
 3. Variabel sarana prasarana (X_2) menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,409. Hal ini membuktikan bahwa sarana prasarana memiliki pengaruh yang searah terhadap minat berbelanja (Y). Dengan kata lain, kenaikan 1% pada sarana prasarana akan meningkatkan minat berbelanja sebesar 0,409 atau 40,9% dengan asumsi bahwa tidak ada perubahan pada variabel independen lainnya.

Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 7: Analisis Koefisien Determinasi

Variabel Independen	Variabel Dependen	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Daya Tarik Wisata Religius (X_1)			
Sarana Prasarana (X_2)	Minat Berbelanja (Y)	0,796	0,624

Sumber :Data primer diolah, 2025

Berdasarkan analisis tabel 7 menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,624 sehingga nilai *Adjusted R Square* dikategorikan kuat, artinya adalah ketiga variabel independen yaitu daya tarik wisata religius (X_1), sarana prasarana (X_2) memiliki kontribusi informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen yaitu minat berbelanja (Y). Nilai 0,624 memberikan kontribusi bahwasanya variasi yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 62,4% ditentukan oleh variabel independen yaitu daya tarik wisata religius (X_1), dan sarana prasarana (X_2) sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8: Uji F

Variabel Dependen	Variabel Independen	F_{Hitung}	F_{tabel}	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Daya Tarik Wisata Religius (X_1)	69,862	3,11	0,000	H_a (1) diterima
	Sarana Prasarana (X_2)	69,862	3,11	0,000	H_a (1) diterima

Sumber :Data primer diolah, 2025

Tabel 8 menunjukkan hasil uji simultan (Uji F) dari variabel X_1 , X_2 terhadap Y yaitu minat berbelanja sebesar 0,000. Hal ini berarti koefisien daya tarik wisata religius (X_1), sarana prasarana (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berbelanja (Y), dimana dalam nilai signifikan kurang dari 5% ($< 0,05$) serta nilai f hitung 69,862 yaitu lebih besar dari f tabel dimana secara bersama-sama berdampak signifikan atas kepuasan pelanggan.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel: 9 Uji t

Variabel Dependen	Variabel Independen	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Minat Berbelanja	Daya Tarik Wisata Religius (X_1)	6,705	1,989	0,000	Berpengaruh signifikan
	Sarana Prasarana (X_2)	7,125	1,989	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber :Data primer diolah, 2025

Hasil pengujian parsial pada tabel 9 menjelaskan bahwasanya untuk variabel independen daya tarik wisata religius (X_1) terhadap minat berbelanja (Y) menunjukkan skor sig. $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 6,705 > t_{tabel} 1,989$ atau bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel daya tarik wisata religius (X_1) berdampak parsial atas minat berbelanja (Y). Kemudian untuk variabel independen sarana prasarana (X_2) terhadap minat berbelanja (Y) menunjukkan skor sig. $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} 7,125 > t_{tabel} 1,989$ atau bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel sarana prasarana (X_2) berdampak parsial atas minat berbelanja (Y).

Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Berdasarkan hasil analisis data bisa ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata religi dan sarana prasarana memiliki pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya minat berbelanja pengunjung di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan. Wisata religi, khususnya keberadaan di Makam KH. Abdul Hamid yang menjadi ikon spiritual di kota ini, memiliki daya magnet tersendiri bagi para peziarah dari berbagai daerah, baik dalam maupun luar kota. Pengunjung yang datang untuk berziarah umumnya tidak hanya berfokus pada aktivitas keagamaan melainkan juga menunjukkan minat untuk mengeksplorasi kawasan sekitar, termasuk pusat-pusat perbelanjaan, pedagang kaki lima, dan toko oleh-oleh di sekitar alun-alun. Aktivitas ekonomi lokal pun turut terdorong oleh arus kunjungan ini, yang menjadikan wisata religi sebagai salah satu penggerak sector perdagangan di kawasan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dari penelitian Suchiana (2014) menekankan bahwa dalam konteks pariwisata, sarana prasarana mampu mempengaruhi tingkat minat pengunjung ke suatu tempat wisata.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius Terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Berdasarkan hasil dari analisis data bisa ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata religi memiliki dampak positif serta signifikan terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan.

Temuan ini sejalan penelitian Suharto (2014) Daya tarik wisata religi adalah tempat atau lokasi yang memiliki nilai spiritual dan keagamaan yang tinggi, dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kegiatan keagamaan. Tempat-tempat ini sering kali menjadi pusat kegiatan keagamaan, seperti tempat ibadah, situs sejarah, atau lokasi yang memiliki makna khusus dalam tradisi keagamaan tertentu. Daya tarik ini tidak hanya

menawarkan pengalaman spiritual, tetapi juga memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memahami dan menghargai budaya serta tradisi masyarakat setempat.

Pengaruh Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Berdasarkan hasil dari analisis data bisa ditarik kesimpulan bahwa sarana prasarana memiliki dampak positif serta signifikan terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan. Sarana mencakup semua alat dan fasilitas yang digunakan, sedangkan prasarana adalah infrastruktur yang mendukung sarana tersebut, seperti transportasi, komunikasi, dan utilitas

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Wijayanti (2023) dengan judul "Pengaruh Tic (Tourism Information Center) Dan Sarana Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kota Pasuruan" Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Tourism Information center dan Sarana Prasarana Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata religi (X1) dan sarana prasarana (X2) berpengaruh signifikan dan positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat berbelanja (Y) di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung $69,862 > F_{tabel} 3,11$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan kontribusi sebesar 63,3%. Secara parsial, daya tarik wisata religi dengan indikator keberadaan tempat ibadah, fasilitas pendukung, layanan sesuai prinsip syariah, aksesibilitas, pengalaman spiritual, dan keterlibatan komunitas berpengaruh positif terhadap peningkatan minat berbelanja. Demikian pula, sarana prasarana dengan indikator ketersediaan dan kualitas fasilitas, pelayanan, promosi, serta informasi juga berpengaruh signifikan dan positif, sehingga semakin baik daya tarik wisata religi dan sarana prasarana maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk berbelanja di kawasan tersebut.

REFERENSI

- Indika, Jovita. (2017). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Haver mood Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 5, Desember 2020, 28.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (n.d.). 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Muekijat. (2017). Manajemen Pembangunan. Surakarta: UNS Press.
- Pratama, A. (2021). Manajemen Destinasi Pariwisata Berbasis Potensi Lokal. Yogyakarta: Deepublish.
- Robbins. (2011). Pentingnya Sarana & Prasarana Terhadap Efisiensi Kerja Pegawai Puskesmas Teluk Pinang Vol.5 No. 2, 155.
- Sutopo, H. B. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teoretis dan Praktis. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Suchiana, M. (2014). Dasar-Dasar Kepariwisata. Yogyakarta: Deepublish.
- Suharto, E. (2014). Pariwisata dan Pengembangan Masyarakat Lokal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wijayanti. (2023). *Pengaruh TIC (Tourism Information Center) dan Sarana Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Pasuruan.*, Neraca Manajemen, Ekonomi, 3(1).