JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin
Vol. 03, No. 04, Tahun 2025, Hal.1358- 1371, ISSN: 3031-9498 (Online)

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

Laili Husnia[1], Bambang Sutikno[2], Vita Fibriyani[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan
lailihusnia123@gmail.com[1],bambangtikno@gmail.com[2], vitafibriyani@gamil.com[3]

Article Info

Article history:
Received September 02, 2025
Revised September 06, 2025
Accepted September 09, 2025

Keywords:
Religious Tourism Attractions, Infrastructure, Shopping Interest

ABSTRACT

The 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 (X1) with a significance value of 0.000 and infrastructure (X2) 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.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Article Info

Article history:

Received September 02, 2025
Revised September 06, 2025
Accepted September 09, 2025

Keywords:

Daya Tarik Wisata Religius, Sarana Prasarana, Minat Berbelanja

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 (X1) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan sarana prasarana (X2) 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 local.

JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin
Vol. 03, No. 04, Tahun 2025, Hal.1358- 1371, ISSN: 3031-9498 (Online)

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Corresponding Author:

Laili Husnia
Universitas Merdeka Pasuruan
Email: lailihusnia123@gmail.com

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 utu memperbanyak amalam religius dengan mengunjungi tempat–tempat yng mengandung dimenci transendental bagi pemeluk agama termasuk tempat-tempat keagaman, makam tokoh agma, 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 Pauruan.

Landasan Teori

Kepemimpinan

Rahmawati *et al,* (2024) menyatakan daya tarik wisata agamis merupakan suatu bentuk kegiatan pariwisata yang difokuskan pada pemenuhan spiritual atau keagamaan peserta wisata menguatkan iman dengan berkunjung ke suatu tempat yang dianggap terdapat nilai religiusnya. Berikut adalah indikator daya tarik wisata religius menut Rahmawati *et al* (2024).

a) Keberadaan Tempat Ibadah
b) Fasilitas Pendukung
c) Layanan Sesuai Prinsip Syariah
d) Aksesibilitas
e) Pengalaman spiritual
f) Keterlibatan Komunitas

Lingkungan Kerja

Fitria dan Rukmana (2022) menyatakan bahwa sarana dan prasarana merupakan segala bentuk fasilitas pendukung yang disediakan oleh pengelola destinasi untuk menunjang kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung dan melakukan aktivitas wisata, khususnya wisata religi.. Aksebilitas, mengacu pada kemampuan untuk mencapai suatu ruang atau area secara mudah dan lancer, tanpa adanya hambatan fisik, gangguan, maupun halangan seperti jarak dan konektivitas. Berikut adalah indikator sarana prasarana menurut Pradipta dan Santoso (2018).

a) Pusat Oleh-Oleh Khas Religi
b) Kualitas Fasilitas

c) Ruang Tunggu atau Shelter
d) Promosi dan Informasi

Kinerja Karyawan

Kotler dan Keller (2016) menyatakan hal ini menjelaskan bahwa minat berbelanja merupakan suatu bentuk perilaku konsumen yang muncul sebagai respons terhadap suatu bentuk perilaku ini mencerminkan keinginan atau kecenderungan pelanggan untuk mengadakan pembelian terhadap barang atau layanan yang dipasarkan. Berikut adalah indiktor minat berbelanja menurut Kotler dan Keller (2016) yakni antara lain:
a) Minat Transaksional
b) Minat Referensial
c) Minat Preferensial
d) Minat Eksploratif

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 inat berbelanja di puat 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 disekitar nya, 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 multikolineritas, uji heteroskedatisitas, uji liniearitas, dan uji auto korelasi, berikutnya analisis koefisien determinasi, analisis linear berganda, pengujian hipotesis.

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	rhitung	Keterangan
X_1	X1.1.1	0,619	Valid
	X1.1.2	0,622	Valid
	X1.2.1	0,638	Valid
	X1.2.2	0,692	Valid
	X1.3.1	0,658	Valid
	X1.3.2	0,693	Valid
	X1.4.1	0,650	Valid
	X1.4.2	0,700	Valid
	X1.5.1	0,690	Valid
	X1.5.2	0,649	Valid

	X1.6.1	0,635	Valid
	X1.6.2	0,648	Valid
X_2	X2.1	0,745	Valid
	X2.2	0,778	Valid
	X2.3	0,765	Valid
	X2.4	0,764	Valid
Y	Y.1	0,734	Valid
	Y.2	0,654	Valid
	Y.3	0,673	Valid
	Y.4	0,669	Valid

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Hasil uji validitas instrumen dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan valid untuk digunakan dalam penelitian ini. Karena rata-rata nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reabilitas

Tabel 2 Uji Reabilitas

Variabel	**Alpha**	**Keterangan**
X_1	0,880	Reliabel
X_2	0,757	Reliabel
Y	0,616	Reliabel

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen dapat disimpulkan bahwa, instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini. Karena nilai alpha masuk dari kategori reliabilitas.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3 Persepsi Responden pada Daya Tarik Wisata Religius

Wisata Religius (X1)								
Item	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Skor	Kategori
	5	4	3	2	1			
Keberadaan Tempat Ibadah								
X1.1.1	Wisata religi di sekitar Alun-Alun menjadi lebih menarik dengan adanya tempat ibadah yang dapat diakses oleh semua kalangan							
	35	30	18	1	0	84	4,17	Baik
	175	120	54	2	0	351		
X1.1.2	Keberadaan tempat ibadah di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan memberikan kenyamanan spiritual bagi pengunjung.							
	29	38	13	4	0	84	4,09	Baik
	145	152	39	8	0	344		

Wisata Religius (X1)								
Rata – rata = 4,13								Baik
Fasilitas Pendukung								
X1.2.1	Keberadaan fasilitas pendukung seperti toilet umum, area parkir, dan tempat duduk di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan menambah kenyamanan pengunjung wisata religi.							
	27	36	18	3	0	84	4,03	Baik
	135	144	54	6	0	339		
X1.2.2	Keberadaan fasilitas pendukung yang memadai berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali dan berbelanja di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan							
	26	33	20	5	0	84	3,95	Baik
	130	132	60	10	0	332		
Rata – rata = 3,99								Baik
Layanan Sesuai Prinsip Syariah								
X1.3.1	Pelayanan yang ramah, jujur, dan tidak menipu sesuai dengan prinsip syariah meningkatkan minat saya untuk berbelanja.							
	37	24	18	5	0	84	4,10	Baik
	185	96	54	10	0	345		
X1.3.2	Adanya jaminan bahwa produk yang dijual tidak mengandung unsur haram mendorong minat saya untuk berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan.							
	20	40	22	2	0	84	3,92	Baik
	100	160	66	4	0	330		
Rata – rata = 4,01								Baik
Aksesibilitas								
X1.4.1	Akses menuju kawasan wisata religi dan pusat perbelanjaan di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan mudah dijangkau oleh berbagai moda transportasi.							
	25	34	22	3	0	84	3,96	Baik
	125	136	66	6	0	333		
X1.4.2	Saya lebih tertarik berbelanja di pusat perbelanjaan yang letaknya berdekatan dengan lokasi wisata religi dan dapat dicapai dengan berjalan kaki.							
	32	30	21	1	0	84	3,85	Baik
	160	120	42	2	0	324		
Rata – rata = 3,90								Baik
Pengalaman Spiritual								
X1.5.1	Wisatawan merasakan ketenangan batin dan kedamaian saat berkunjung ke kawasan wisata religi di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan.							
	37	29	17	1	0	84	4,85	Sangat Baik
	185	116	51	2	0	354		
X1.5.2	Pengalaman spiritual yang saya dapatkan menjadikan wisata religi sebagai destinasi yang lebih bermakna dibandingkan wisata biasa.							
	28	41	14	1	0	84	4,14	Baik
	140	164	42	2	0	348		
Rata – rata = 4,49								Baik
Keterlibatan Komunitas								

Wisata Religius (X1)								
X1.6.1	Keterlibatan komunitas dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan lokasi wisata religi berkontribusi pada minat saya untuk berkunjung kembali.							
	35	32	14	3	0	84	4,17	Baik
	175	128	42	6	0	351		
X1.6.2	Partisipasi masyarakat dalam mempromosikan nilai-nilai religi melalui kegiatan sosial dan budaya memperkuat citra kawasan wisata religi di sekitar Alun-Alun.							
	36	30	15	3	0	84	4,17	Baik
	180	120	45	6	0	351		
Rata – rata = 4,17								Baik
Rata - rata semua indikator							4,03	Baik

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Hasil analisis deskriptif pada tabel 3, diinformasikan` bahwa, rata-rata variabel daya tarik wisata religius sebesar 4.03, hal ini menunjukkan bahwa variabel ini berada pada kategori baik.

Tabel 4 Persepsi Responden pada Sarana Prasarana

Sarana Prasarana(X2)								
Item	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Skor	Kategori
	5	4	3	2	1			
Pusat oleh-oleh khas religi								
X2.1	Keberadaan pusat oleh-oleh menambah daya tarik kunjungan ke lokasi wisata religi							
	25	29	28	2	0	84	3,91	Baik
	125	116	84	4	0	329		
Kualitas Fasilitas								
X2.2	s yang bersih, aman, dan berfungsi dengan baik mencerminkan pengelolaan kawasan wisata religi yang profesional.							
	16	44	19	5	0	84	3,84	Baik
	80	176	57	10	0	323		
Ruang tunggu atau Shelter								
X2.3	u memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk beristirahat							
	22	46	11	5	0	84	4,01	Baik
	110	184	33	10	0	337		
Promosi dan Informasi								
X2.4	Ketersediaan informasi melalui berbagai saluran komunikasi (media cetak, digital, maupun lisan) mempermudah wisatawan untuk mengenal kawasan wisata religi.							
	28	24	27	5	0	84	3,89	Baik
	140	96	81	10	0	327		
Rata - rata semua indikator							3,91	Baik

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4, diinformasikan` bahwa rata-rata variabel sarana prasarana sebesar 3,91, hal ini menunjukkan bahwa variabel ini berada pada kategori baik.

Tabel 5 Persepsi Responden pada Minat Berbelanja

Minat Berbelanja (Y)								
Item	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Skor	Kategori
	5	4	3	2	1			
Minat Transaksional								
Y1	Setelah wisatawan berkunjung ke wisata Makam KH Abdul Hamid dan alun- alun ingin berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar alun-alun Kota Pasuruan.							
	17	38	27	2	0	84	3,83	Baik
	85	152	81	4	0	322		
Minat Referensial								
Y2	Wisatawan yang telah berziarah ke Makam KH Abdul Hamid cenderung merekomendasikan pusat-pusat perbelanjaan di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan kepada orang lain.							
	12	47	20	5	0	84	3,78	Baik
	60	188	60	10	0	318		
Minat Preferensial								
Y3	Wisatawan setelah berkunjung ke makam KH Abdul Hamid memiliki preferensual (minat untuk membeli produk di pusat perbelanjaan)							
	14	43	24	3	0	84	3,80	Baik
	70	172	72	6	0	320		
Minat Eksploratif								
Y4	Kunjungan ke wisata religi mendorong pengunjung untuk menjelajahi berbagai toko dan produk yang tersedia di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun.							
	14	48	22	0	0	84	3,90	Baik
	70	192	66	0	0	328		
Rata - rata semua indikator							3,82	Baik

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Hasil analisis deskriptif pada tabel 5, diinformasikan` bahwa rata-rata variabel minat berbelanja sebesar 3.82, hal ini menunjukkan bahwa variabel ini berada pada kategori baik.

Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27027323
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.080
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		.077

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Hasil uji normalitas kolmogrov smirnov pada SPSS diketahui bahwa nilai probabilitas adalah 0,077 lebih besar dari α (0.05). dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini adalah normal.

2 Uji Multikolinieritas

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

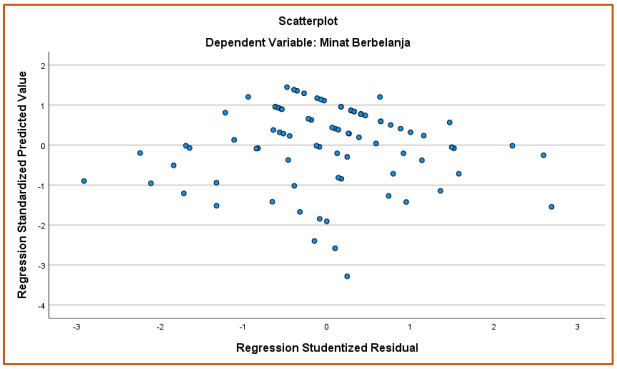
Variabel	***Collinearity Statistics***		**Keterangan**
	Tolerance	**VIF**	
Daya Tarik Wisata Religius (X1)	0,901	1,110	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Sarana Prasarana (X2)	0,901	1,110	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa nilai tolerance semua variabel bebas lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF-nya lebih kecil dari 10. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Scatterplot



(Sumber: Data Diolah Peneliti 2025)

Berdasarkan gambar diatas, pada grafik scatterplot menunjukkan penyebaran titik dengan acak dan tidak memiliki pola khusus yang jelas dan juga diatas nilai nol untuk garis y sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat heteroskesdastisitas dalam model regresi sehingga layak digunakan untuk menerangkan variabel Daya Tarik Wisata Religius (X1) dan Sarana Prasarana (X2) terhadap Minat Berbelanja (Y).

4 Uji Autokorelasi

Dari hasil analisis penelitian, diperoleh nilai d sebesar 1,984 (lihat perhitungan pada lampiran). Dan nilai dL dan dU pada tabel durbin Watson masing-masing sebesar 1,5969 dan 1.6942.

5 Uji Linearitas

Tabel 8 Hasil Uji Linearitas

Hubungan Variabel	***Deviation from Linearity***		**Keterangan**
	Sig,	***Alpha***	
Hubungan Daya Tarik Wisata Religius (X_1) dengan Minat Berbelanja	0,109	0.05	Linear
Hubungan Sarana Prasarana (X_2) dengan Minat Berbelanja (Y)	0,675	0.05	Linear

Sumber: Data primer diolah, 2025

Tabel 8, menunjukkan bahwa nilai signifikan pada deviation from linearity variabel Kepemimpinan (X1) yaitu 0,109 > 0,05, variabel Lingkungan Kerja (X2) yaitu 0,675 > 0,05, dengan kinerja Karyawan (Y) dinyatakan linear, dengan kata lain asumsi uji linearitas sudah terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9 Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Variabel Independen	**Unstandardized Coefficients**		**Keterangan**
	B	**Std. Error**	
Constant	0,317	0,023	Positif
Daya Tarik Wisata Religius (X_1)	0,152	0,057	Positif
Sarana Prasarana (X_2)	0,409	1,199	Positif
Variabel Dependen: Minat Berbelanja (Y)			

Sumber: Data primer yang diolah,2025

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$Y = a+\beta1X1+\beta2X2 +e$

$Y=1,317+0,152+0,409 +e$

Berdasarkan tabel dan persamaan di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta pada tabel sebesar 0,317 yang berarti jika semua variabel bebas yaitu daya tarik wisata religius (X_1) dan sarana prasarana (X_2) memiliki nilai 0 (nol), maka nilai variabel terikatnya yaitu minat berbelanja (Y) sebesar 0,317.
b. Variabel daya tarik wisata religius (X1) memiliki nilai koefisien positif yaitu sebesar 0,152. Nilai koefisien positif menunjukkan daya tarik wisata religius (X1) berpengaruh positif terhadap minat berbelanja (Y). Hal ini menggambarkan jika terjadi kenaikan nilai daya tarik wisata religius (X1) sebanyak 1 satuan maka menyebabkan peningkatan terhadap minat berbelanja (Y) dengan asumsi variabel dianggap konstan.
c. Sarana prasarana (X2) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,409. Nilai koefisien positif menunjukkan sarana prasarana (X2) berpengaruh positif terhadap minat berbelanja (Y). Hal ini menggambarkan jika terjadi kenaikan nilai sarana prasarana (X2) sebanyak 1 satuan maka menyebabkan peningkatan minat berbelanja (Y) dengan asumsi variabel dianggap konstan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10 Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanjadi Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan

Variabel Independen	**Variabel Dependen**	**F Hitung**	**Sig.**	**Keterangan**
Daya Tarik Wisata Religius	Minat Berbelanja	69,862	.000[b]	H1 Diterima
Sarana Prasarana				

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikasi sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0.05),F hitung 69,82 lebih besar dari F tabel (k; n-k) = 2 ; 30 - 2 = {2;28} dengan nilai 3,34 berarti terdapat pengaruh X1 danX2 secara simultan terhadap Y.

Uji Parsial (Uji T).

1) Uji T pada variabel kepemimpinan terhadap lingkungan kerja.

Tabel 11 Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja

Variabel Independen	**Variabel Dependen**	**T_{hitung}**	**T_{tabel}**	**Sig.**	**Keterangan**
Daya tarik Wisata Religius (X1)	Minat Berbelanja (Y)	6,705	1,989	0,000	Ha_2 diterima
Sarana Prasarana (X2)		7,125		0,000	Ha_3 diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil uji parsial diatas diketahui bahwa : Nilai signifikasi X1 sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05), T hitung 6,705 dan T hitung X2 7,125 lebih besar dari T tabel (k; n-k) = 2 ; 30 - 2 = {2;28} = 1.70113 dan T hitung bernilai positif berarti terdapat pengaruh positif X1 dan X2 terhadap Y

Analisis Koefisien Determinan (R2)

Tabel 12 Pengaruh Daya Tarik Wisata Religius dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Berbelanja

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796[a]	,624	,624	0,28586

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Hasil uji koefisien determinasi (R2) diatas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0.624. Menurut Chin (1998) nilai tersebut dalam kategori moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen daya tarik wisata religius (X1) dan sarana prasarana (X2) dapat menjelaskan sebesar 62,4% keragaman

variabel dependen yaitu minat berbelanja (Y).Sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi variabel di luar variabel penelitian.

Pembahasan

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

Merujuk pada hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara simultan daya tarik wisata religius dan sarana prasarana berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar alun-alun Kota Pasuruan. Hal itu dapat diketahui berdasarkan hasil uji F dengan nilai Fhitung 69.862 > Ftabel 3,11 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya hipotesis pertama yaitu Ha1 diterima. Nilai koefisien determinasi (R2) menunjukkan hasil sebesar 0,633 atau 63,3% yang mana sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai konstanta pada regresi linier berganda menunjukkan nilai positif sebesar 1,317 artinya ketika variabel independen meningkat, maka minat berbelanja juga cenderung meningkat, dengan asumsi faktor lain tetap konstan. Sebaran titik-titik data pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas dan layak untuk memprediksi daya tarik wisata religi, dan sarana prasarana, terhadap minat berbelanja.

Hasil penelitian ini relevan dengan pandangan Anwar *et al* (2017), yang menekankan bahwa daya tarik wisata religi termasuk kedalam daya tarik wisata yang khusus, karena wisatawan yang datang mempunyai motivasi yang berbeda dan cenderung berkaitan dengan hal-hal kepercayaan keagamaan.

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

Hasil analisis pengujian data menunjukkan bahwa daya tarik wisata religi memiliki dampak positif serta signifikan terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan. Temuan ini dapat diperkuat oleh hasil uji parsial (uji t), yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang merupakan nilai yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0.05. Selain itu, nilai Thitung sebesar 6,705 lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,989, sehingga hipotesis H0 ditolak, sementara hipotesis Ha diterima yang artinya Daya Tarik Wisata Religi memiliki pengaruh terhadap Minat Berbelanja di Pusat Perbelanjaan Sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nabila *et. al* (2023) dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Gandus Palembang" Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang diuji memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Gandus Palembang.

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

Hasil analisis pengujian data menunjukkan bahwa daya tarik sarana prasarana memiliki dampak positif serta signifikan terhadap minat berbelanja di pusat perbelanjaan sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan. Temuan ini dapat diperkuat oleh hasil uji parsial (uji t), yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang merupakan nilai yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0.05. Selain itu, nilai Thitung sebesar 7,125 lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,989, sehingga hipotesis H0 ditolak, sementara hipotesis Ha diterima

yang artinya Sarana Prasarana memiliki pengaruh 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. Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu 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 > Ftabel 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.

Disarankan Pusat perbelanjaan di sekitar Alun-Alun Kota Pasuruan perlu meningkatkan layanan, terutama kebersihan, keamanan, dan kenyamanan fasilitas, dengan dukungan pelayanan ramah dari petugas. Potensi wisata religi Makam KH. Abdul Hamid dapat dimaksimalkan melalui promosi aktif media cetak, digital, maupun lisan, serta kerja sama dengan instansi terkait untuk mengatasi kemacetan. Kendala utama kawasan ini adalah keterbatasan lahan parkir, terutama bagi mobil dan bus, sehingga pengunjung harus berjalan jauh. Solusinya, pemerintah dapat menyediakan transportasi alternatif seperti becak gratis dari area parkir, menaikkan tarif parkir dengan peningkatan layanan, serta memperketat pengawasan petugas agar aksesibilitas, kenyamanan, dan citra kawasan semakin baik, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Daftar Pustaka

Indika, Jovita. (2017). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Havermood 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 Kepariwisataan. 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).