

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

*Trend* pertumbuhan industry halal akhir-akhir ini ramai diperbincangkan dunia global, hal ini dibuktikan dengan bertambah pesatnya aneka industry halal yang tengah berkembang, di antaranya yakni *Halal Food, Halal Fashion, Islamic finance, Halal Pharmaceuticals and Cosmetics*, dan saat ini yang tidak kalah pesat dalam perkembangannya yakni *Halal Travel* yang salah satunya meliputi pariwisata syariah. Dengan semakin berkembangnya muslim didunia yang tinggi dan dengan pola pemikiran yang semakin maju banyak masyarakat global yang mulai terbuka dan memiliki respon yang baik terhadap perkembangan industry halal tersebut.

Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang dapat di pandang sebagai suatu system yang besar, yang mempunyai berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, social, budaya.<sup>1</sup> Menurut Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

---

<sup>1</sup> Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, *Analisis Pariwisata*, Vol 13. No 1, Th 2013, 13.

Sektor pariwisata saat ini dinilai efektif peranannya dalam menambah devisa negara. Hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan kebutuhan pariwisata diseluruh dunia. Banyak negara didunia menganggap pariwisata sebagai *invisible export* atas barang dan jasa pelayanan kepariwisataan yang dapat memperkuat neraca pemasukan, karena semakin berkembangannya zaman kebutuhan akan pariwisata semakin meningkat, hal ini dapat dibuktikan dengan data: Menurut *World Tourism Organization* (WTO) tingkat pertumbuhan wisatawan global dalam periode sepuluh tahun terakhir (1989-1999) meningkat 4,3% setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari kunjungan wisatawan global tahun 1989 sebanyak 426 juta meningkat menjadi sebanyak 625 juta tahun 1999. Proyeksi kunjungan wisatawan global menurut WTO selama periode 1990-2020 diperkirakan seperti terlihat di tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Perkiraan Kunjungan Wisatawan Global ke Kawasan Wisata  
Dunia  
Periode Tahun 1990 s.d 2020**

| Kawasan |                     | Jumlah Wisatawan |      |      | Pertumbuhan<br>Rata-Rata |
|---------|---------------------|------------------|------|------|--------------------------|
|         |                     | 1990             | 2000 | 2020 |                          |
| 1.      | Eropa               | 287              | 397  | 525  | 3,1%                     |
| 2.      | Asia Timur/ Pasifik | 53               | 122  | 229  | 7,6%                     |

|        |              |     |     |       |      |
|--------|--------------|-----|-----|-------|------|
| 3.     | Amerika      | 94  | 138 | 195   | 3,7% |
| 4.     | Afrika       | 15  | 25  | 37    | 4,6% |
| 5.     | Timur Tengah | 8   | 14  | 21    | 4,9% |
| 6.     | Asia         | 3   | 6   | 11    | 6,7% |
| Jumlah |              | 460 | 702 | 1.018 | 4,1% |

*Sumber: World Tourisme Organization (WTO)*

Pariwisata merupakan sektor untuk menumbuhkan perekonomian dunia yang sangat menjanjikan karena sektor pariwisata juga menjadi sektor yang tahan terhadap krisis global.<sup>2</sup>

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan jumlah pulau 17.504 yang terbentang dari sabang sampai merauke dan dengan jumlah penduduk lebih dari 265 juta jiwa dan (BPS, 2018). Dengan jumlah pulau yang dikatakan tidak sedikit, maka banyak sector yang mempengaruhi pendapatan devisa negara. Diantaranya ialah sector pariwisata yang kini semakin meningkat setiap tahun. Pariwisata juga dianggap punya keunggulan karena mayoritas kegiatannya berada disektor jasa. Pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan sektor wisata yang cepat dan menjadi sektor ekonomi terbesar karena kontribusi terhadap devisa Negara terbesar kedua, setelah industri kelapa sawit yang mencapai USD 15.965 Miliar pada tahun 2016 sedangkan

---

<sup>2</sup> Alwafi Ridho Subarkah, *Jurnal Saspol, Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah*, Vol 4, No 2, 2018, 49.

pariwisata menduduki kedua mencapai USD 13.568 Miliar pada tahun 2016, sedangkan pada tahun 2015 sektor pariwisata berada di posisi keempat yang memberikan kontribusi terhadap devisa dengan capaian USD 12.225 Miliar dibawah Minyak dan Gas (USD 18.574 Miliar), Kelapa Sawit (USD 16.427 Miliar), Batu Bara (USD 14.717 Miliar).<sup>3</sup>

Perlu diketahui pula Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar didunia. Berdasarkan data yang dilansir oleh The Pew Forum on Religion & Public Life, penganut agama Islam di Indonesia sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk.<sup>4</sup> Dengan melihat jumlah penduduk muslim yang sangat tinggi di Indonesia tersebut tentu hal tersebut menjadi potensi besar yang dimiliki oleh Indonesia untuk mengembangkan industry halal yakni salah satunya pariwisata syariah.

Pariwisata syariah dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang ada di Indonesia dengan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya yang di bingkai dengan nilai-nilai islam. Pariwisata Syariah adalah suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan, selain itu pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Wisata syariah dapat diartikan sebagai proses penggabungan nilai-nilai keislaman ke dalam seluruh

---

<sup>3</sup> *Ibid*, 50.

<sup>4</sup>Databoks, Diakses pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia> pada 11 november 2019 pukul 20:00 WIB

aspek kegiatan wisata.<sup>5</sup> Wisata syariah adalah perjalanan dengan tetap memperhatikan akhlak, ibadah, dan aqidah agar mendapatkan kebahagiaan didunia dan akhirat.

Madura merupakan salah satu pulau yang terletak di ujung jawa sebelah timur, tepatnya berseberangan dengan kota Surabaya, dan dihubungkan langsung dengan jembatan Surabaya-Madura atau lebih dikenal dengan jembatan Suramadu. Dengan kondisi geografis yang sangat strategis, letak Madura dikelilingi oleh lautan dan juga selat, menjadikan pulau Madura sebagai pulau yang memiliki berbagai potensi yang bisa dikembangkan, di antaranya yakni perikanan, kelautan, pertanian dan juga tidak ketinggalan pariwisata. Pulau Madura dikelilingi oleh banyak pantai yang sangat indah, selain dari segi alam pulau Madura juga memiliki banyak situs sejarah diantaranya makam, museum, keraton dan masih banyak lagi.

Namun meskipun Madura memiliki banyak potensi pariwisata yang bisa di kembangkan, sampai saat ini *Trend Halal Tourism* atau pariwisata Syariah belum mampu dikembangkan di pulau Madura, walaupun dari beberapa pihak seperti pemerintah daerah maupun dari dinas pariwisata setempat sudah sempat memperbincangkan hal tersebut, hal ini dirasa belum cukup untuk menjadikan destinasi pariwisata yang ada di Madura sebagai destinasi pariwisata syariah, dikarenakan beberapa factor, di antaranya yakni kurangnya dukungan dari masyarakat setempat, ulama, dan stake holder

---

<sup>5</sup> Fitratun Ramadhany dan Ahmad Ajib Ridlwan, *Jurnal Muslim Heritage, Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat*, Vol. 3, No 1, Mei 2018, 152.

lainnya. Selain melihat peluang mengembangkan pariwisata syariah yang ada di Madura, ada beberapa potensi lainnya yang sangat cocok untuk menjadi perhatian khusus di pulau Madura yakni pariwisata religi atau ziarah.

Kata ziarah diserap dari bahasa Arab ziyarah yang artinya kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup atau yang sudah meninggal. Sedangkan secara istilah, kata ini menunjukkan pada serangkaian aktivitas mengunjungi makam tertentu, seperti Makam Nabi, Wali, Pahlawan, Orang Tua, Kerabat, dan lain-lain. Ziarah atau biasa di kenal dengan wisata religi merupakan panggilan agama untuk mengingatkan pada dua hal, yakni kehidupan orang yang diziarahi, dan akibat dari perbuatan yang dilakukan di hari kemudian. Pemerintah sendiri menyebutkan bahwa dalam wisata religi termasuk bagian dari objek wisata yang diakui dan dikembangkan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (Pasal 4) menyebutkan bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, melestarikan alam, lingkungan, dan sumberdaya serta memajukan kebudayaan.<sup>6</sup>

Menurut Al-Quran kata wisata diambil dari kata *Siyahah* yang artinya wisata, kata tersebut mengandung arti penyebaran, yang terbentuk dari kata *Sahat* yang berarti lapangan yang luas. Wisata religi dijelaskan dalam Al-

---

<sup>6</sup> Annisarizki, dan Media Sucahya, Journal of Communication, *Manajemen Wisata Religius Kesultanan Banten (Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan)*, Vol. 2, No 2, September 2018, 88.

Quran QS. Yusuf 109-111, yang menjelaskan perjalanan wisata yang bertujuan untuk memperoleh pelajaran dan ibrah.<sup>7</sup>

Wisata religi bukan hanya untuk bersenang-senang dan sebagai hiburan saja, tetapi untuk memperluas wawasan dalam menyaksikan ayat-ayat kebesaran Allah SWT yang tersebar di muka bumi, seperti halnya mengunjungi tempat atau makam orang saleh sebagai wisata rohani atau spiritualitas dan bukan hanya keindahan lahiriyah tapi juga ketenangan batiniah yang bisa di rasakan. Melalui wisata religi di harapkan mampu menjadi upaya untuk meningkatkan keimanan seseorang. Akan tetapi keimanan seseorang tersebut tdak hanya sebatas ditingkatkan namun juga harus dipelihara serta dijaga yakni dalam hal kualitas ibadah, hati dan juga perasaan serta budi pekerti yang baik.

Mendatangi kubur atau biasa disebut dengan ziarah kubur diperbolehkan sepanjang tidak mendatangkan keburukan dan mengundang kesyirikan. Dan hendaklah berdoa dan memita ampunan hanya kepada Allah SWT bukan kepada orang yang sudah meninggal dunia, hal ini dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 116 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَغْفِرُ أَنْ يُشْرَكَ بِهِ وَيَغْفِرُ مَا دُونَ ذَلِكَ لِمَنْ يَشَاءُ<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Nur Indah Sari, Firadus Wajdi, dkk, Jurnal Studi Al-Quran, *Peningkatan Spiritualitas melalui Wisata Religi di Makam Keramat Kwitang Jakarta*, Vol. 14, No 1, 2018, 46.

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro,2008).

*Sesungguhnya Allah tidak akan memberi ampun terhadap dosa syirik kepada-Nya dan dia akan memberi ampun terhadap dosa lainnya yang berada di bawah tingkatannya bagi siapa saja yang dikehendaki oleh-Nya.” (QS. An-Nisa ayat 116)*

Wisata religi biasa dilakukan oleh perorangan maupun rombongan ke tempat-tempat yang dianggap suci, makam-makam orang besar atau juga pemimpin-pemimpin yang diagungkan atau berjasa. Tidak jarang bahwa wisata religi selalu diikaitkan dengan adat istiadat, agama dan juga kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata religi juga dapat dikatakan sebagai jenis wisata yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan rohani manusia untuk memperkuat iman dengan mendatangi ketempat-tempat yang dianggap memiliki nilai religius.<sup>9</sup>

Wisata Religi atau Ziarah juga dapat diartikan sebagai kunjungan ke makam, masjid, relik-relik tokoh agama, raja dan keluarganya, dan terutama ke makam para wali penyebar agama islam. Fenomena yang digambarkan diatas, terjadi pula pada Makam Syaikhona Muhammad Kholil yang terletak di Kabupaten Bangkalan Madura. Mengingat pulau Madura sangat di kenal dengan *kereligiusannya* dan juga banyaknya makam para tokoh agama dan juga para pahlawan bersemayam di pulau ini, namun makam Syaikhona Muhammad Kholil nampaknya menjadi destinasi wisata religi yang sering

---

<sup>9</sup> Muhammad Fahrizal Anwar, Djamhur Hamid dkk, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), *Analisis Dampak Pengembangan Wisata Religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar*, Vol. 44 No 1, 2017, 187.

dikunjungi masyarakat, dilihat dari rata-rata jumlah wisatawan yang berkunjung atau berziarah ke makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Madura sebanyak 20.000 orang per bulan, bahkan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan ramadhan dan menjelang pelaksanaan ujian nasional, jumlah peziarah mencapai 40.000 orang.<sup>10</sup>

Dengan potensi kunjungan wisata religi pada makam Syaikhona Muhammad Kholil yang relative tinggi tersebut tentu harus di imbangi dengan pengelolaan yang baik pula agar kepuasan pengunjung dapat tercapai, mengingat wisatawan atau pengunjung makam ialah tamu yang datang dari berbagai daerah yang tersebar di Indonesia. Ada beberapa cara yang bisa dilakukan agar kunjungan wisatawan religi ini terus berkembang diantaranya ialah dengan model pemasaran, adapun banyak model pemasaran salah satunya ialah menggunakan *IMC (Integrated Marketing Communication)* atau biasa di kenal dengan strategi pemasaran terpadu.

Menurut *Four As (The American Association of Advertising Agency)* *IMC (Integrated Marketing Communication)* merupakan konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang memiliki nilai tambah bagi sebuah rencana komprehensif yang mengkaji peran pada strategi masing-masing dalam bentuk komunikasi, seperti: iklan, direct response, promosi penjualan, dan humas serta memadukannya untuk meraih kejelasan, konsistensi, dan menjadi

---

<sup>10</sup> Lilis Suaibah, Jurnal Pamator, *Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura*, Vol. 10, No 2, 2017, 146.

sebuah dampak komunikasi yang maksimal melalui pengintegrasian dari sebuah pesan yang akan disampaikan.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong mengartikan IMC sebagai konsep di mana suatu perusahaan secara hati-hati mengintegrasikan dan mengkoordinasikan saluran komunikasi yang beragam untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan mengenai perusahaan dan produknya.<sup>12</sup> Dari pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwasanya IMC merupakan kumpulan dari beberapa model komunikasi pemasaran yang *terintegrated*.

Selain pemasaran, Kualitas Layanan juga menjadi salah satu factor penting dalam menunjang minat kunjungan wisatawan religi, pasalnya kwalitaas layanan menjadi salah satu objek kepuasan yang diterima oleh pengunjung yang berziarah. Kualitas Layanan merupakan sebuah alat penunjang atau jasa pelayanan yang diberikan pihak pengelola dengan maksud memberikan rasa nyaman, aman, dan kepuasan terhadap pengunjung.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas jasa dipengaruhi dua hal, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan

---

<sup>11</sup> Nasuha Ali Sobari dan Puji Hariyanti, Prosiding Seminar dan Call For Paper, *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dinas Pariwisata Provinsi Banten Dalam Mempromosikan Pariwisata Banten*”, e-ISSN 2598-1064, 2017, 68.

<sup>12</sup> Lukmanul Hakim, Nur Fiqhy Yurike, dkk, di sunting oleh yusuf Amrozi, M.MT, *Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) di Era Digital*, dalam buku, *Buku Bunga Rampai*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, I-2.

lebih kecil dari pada yang diharapkan para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa akan tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived > expected*), ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.<sup>13</sup>

Untuk mengukur sebuah layanan dikatakan berkualitas atau tidak, terdapat dimensi kualitas jasa yang dikemukakan Parasuraman, dkk (dikutip Tjiptono dan Gregorius, 2005) seperti reliability (keandalan), Tangibles (berwujud), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (keyakinan), dan Emphaty (empati).<sup>14</sup> Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.<sup>15</sup> Tingkat kualitas layanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan.

Dari pemaparan di atas selain dari segi mencari keberkahan dalam wisata religi, apakah apabila kedua aspek IMC dan Kualitas Layanan digabungkan juga akan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada makam syaikhona kholil, maka penulis ingin mengetahui dan meneliti lebih

---

<sup>13</sup> Herry Widagdo, Jurnal Ilmiah STIE MDP, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*, Vol. 1, No 1, 2011, 2.

<sup>14</sup> Aji Nugroho, Rizal Hari Magnadi, *Diponegoro Journal Of Managemen, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-Commerce*, Vol. 7, No 4, 2018, 3.

<sup>15</sup> Basrah Saidani, dan Samsul Arifin Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*, Vol. 3, No 1, 2012, 5.

lanjut mengenai ***“Pengaruh IMC (integrated Marketing Communication) dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Religi Bangkalan, studi kasus Makam Syaikhona Muhammad Kholil***).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

1. Bagaimana Pengaruh *IMC (Integrated Marketing Communication)* terhadap Kepuasan Pengunjung Makam Syaikhona Muhammad Kholil?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Makam Syaikhona Muhammad Kholil?
3. Bagaimana Pengaruh *IMC (Integrated Marketing Communication)* terhadap Kualitas Layanan pada Makam Syaikhona Muhammad Kholil?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk Mengetahui Pengaruh *IMC (Integrated Marketing Communication)* terhadap Kepuasan Pengunjung Makam Syaikhona Muhammad Kholil.
  - b. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Makam Syaikhona Muhammad Kholil.

- c. Untuk Mengetahui Pengaruh *IMC (Integrated Marketing Communication)* terhadap Kualitas Layanan pada Makam Syaikhona Muhammad Kholil.

## 2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak, yaitu:

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan menambah pengetahuan baru pada peneliti sehingga dapat mengimplementasikan teori yang didapat dalam perkuliahan dalam sebuah penelitian.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian diharapkan berguna untuk akademi khususnya Fakultas Keislaman Prodi Ekonomi Syariah sehingga dapat dijadikan referensi ataupun rujukan.

- c. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan berguna untuk sumber referensi bagi para kelembagaan agar dapat mengidealkan, memaksimalkan, dan mengoptimalkan peran pendukung seperti pemasaran dan kualitas layanan agar memaksimalkan pengunjung.

## D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan dan penulisan penelitian skripsi yang berjudul “*Pengaruh IMC (Integrated Marketing Communication) Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Religi Bangkalan (Studi Kasus Makam Syaikhona Muhammad Kholil*”. Peneliti membagi kedalam beberapa bab yang di dalamnya terdiri dari beberapa sub bab sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang alasan pemilihan judul atau latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan. Bab ini tentunya akan menjadi pedoman dalam pembahasan yang akan menjadi pedoman dalam pembahasan yang akan menjadi kajian dalam penelitian

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab landasan teori ini berisi penjelasan yang digunakan dalam penelitian, memiliki tujuan sebagai landasan untuk pembahasan dan pemecahan dalam masalah yang akan di teliti. Dalam hal ini penulis akan membahas teori- teori yang terkait dengan penelitian seperti: Pariwisata, Wisata Religi, *IMC (Integrated Marketing Communication)*, Kualitas Layanan, kepuasan dan juga analisis SEM

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

Dalam bab ini peneliti menyajikan tentang metodologi penelitian yang di pakai oleh penulis meliputi objek penelitian, jenis penelitian, sumber penelitian, populasi, sample, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menyajikan pembahasan yang menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis perhitungan data. Dari hasil analisis data dan uji statistic yang telah dilakukan kemudian penulis akan menganalisis tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan Pengaruh *IMC* dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan peziarah pada makam religi Bangkalan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi penutup yang di dalamnya terdapat kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian dan analisis peneliti selain itu juga berisi saran-saran untuk kemajuan bagi penelitian selanjutnya yang mengambil variable atau objek yang serupa dengan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Pada daftar pustaka berisi tentang rujukan berupa buku, jurnal dan website sebagai penunjang keperluan penelitian.