

ABSTRAK

Objek wisata Masjid Agung Semarang dipilih karena objek wisata tersebut merupakan salah satu objek wisata di Kota Semarang, yang memiliki jumlah pengunjung yang paling rendah bila dibandingkan dengan objek wisata Masjid Agung Demak akan tetapi mempunyai nilai ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Demak), pendapatan individu, jarak, waktu luang, umur, fasilitas dan keindahan mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, Kota Semarang, untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Demak), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Masjid Agung Semarang.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan jumlah kunjungan sebagai variabel dependen dan delapan variabel independen yaitu variabel biaya perjalanan ke Masjid Agung Semarang, variabel biaya perjalanan ke Masjid Agung Demak, variabel pendapatan individu rata-rata per bulan (Rp), variabel lama perjalanan, variabel waktu luang, variabel umur, variabel fasilitas dan variabel keindahan dengan menggunakan OLS dan Surplus Value untuk menghitung nilai total ekonomi objek Masjid Agung Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan lima variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Masjid Agung Semarang yaitu biaya perjalanan menuju ke Masjid Agung Semarang, jarak, waktu, fasilitas dan keindahan. Variabel jarak dengan nilai koefisien regresi menghasilkan nilai sebesar 0,093, hal ini berarti peningkatan jarak akan mengakibatkan terjadinya jumlah permintaan dengan asumsi bahwa biaya perjalan ke objek wisata Masjid Agung Semarang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Masjid Agung Demak), pendapatan individu, waktu, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya dalam keadaan tetap (konstan).

Disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Masjid Agung Semarang. Adanya dari pengalaman terhadap jumlah permintaan wisata ke objek wisata Masjid Agung Semarang disebabkan karena fasilitas objek wisata dan keindahan biaya yang dikeluarkan untuk menuju ke objek wisata tersebut membuat pengunjung yang pernah datang sebelumnya dan merasa puas akan memiliki niat untuk kembali mengunjunginya.

Kata kunci: Permintaan, Metode Biaya Perjalanan Individu, Objek Wisata Masjid Agung Semarang