

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE
OBJEK WISATA PANTAI PASIR JAMBAK DI KOTA PADANG**



RIVI AVANDI

**PROGRAM STUDI DIV MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE
OBJEK WISATA PANTAI PASIR JAMBAK DI KOTA PADANG**

RIVI AVANDI

**Artikel Ini Disusun Berdasarkan Skripsi Rivi Avandi Untuk Persyaratan
Wisuda Periode September 2017 Dan Telah Diperiksa/Disetujui Oleh
Kedua Pembimbing**

Padang, Agustus 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing I (Satu)



Dra. Silfeni, M.Pd
NIP. 19521028 198110 2001

Pembimbing II (Dua)



Hijriyantomi Suvuthie, SIP, MM
NIP. 19780903 201012 1001

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA PANTAI PASIR JAMBAK DI KOTA PADANG

Rivi Avandi¹, Silfeni², Hijriyantomi Suyuthie²
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan Pariwisata
FPP Universitas Negeri Padang
email: rivi.avandi@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel Motivasi (X) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke objek wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang diambil menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Motivasi berada pada kategori baik (37,50%), (2) Keputusan Berkunjung berada pada kategori baik (52,50%), (3) Motivasi mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 16,6% dan 83,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,162 dengan nilai t hitung 3,935 pada sig. $0,000 \leq 0,05$. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan motivasi akan meningkatkan 0,162 satuan keputusan berkunjung.

Abstract

The purpose of research is to see how big the influence of variable Motivation (X) towards the visited decision (Y) to the tourist attraction of Pasir Jambak Beach in Padang City. The sample of this research were 80 people taken using purposive sampling technique. The data collection was done with the questionnaire using likert scale that had been tested its validity and reliability. The research results indicate that: (1) Motivation is in good category (37,50%), (2) The decision to visit is in good category (52,50%), (3) Motivation influence toward decision to visit are 16,6% and 83,4% are influence from other factors. the regression coefficient value of this research are 0.162 with a value of t arithmetic 3.935 on sig. $0,000 \leq 0.05$. This means that each increase of 1 unit of motivation will increase 0.162 Decision to visit units.

¹ Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode Septembert 2017

² Dosen Jurusan Pariwisata FPPP-UNP

A. Pendahuluan

Saat ini Pariwisata sudah diakui dunia Internasional sebagai sektor penggerak perekonomian dengan bahan baku yang tak kunjung habis. WTO (*World Tourism Organisation*) memperkirakan jumlah wisatawan Internasional (*inbound tourism*) di dunia akan mencapai angka sekitar 1.046 milyar orang di tahun 2010 dan 1.602 milyar orang di tahun 2020. Dari jumlah tersebut diantaranya masing-masing 231 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan 438 juta orang berada di Pasifik. Para wisatawan ini akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang, 2014).

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah (Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 pasal 1 Tentang Kepariwisata).

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu, baik secara aktual maupun hukum. Menurut Daryanto (1997) destinasi adalah “Tempat tujuan atau daerah tujuan.” Sedangkan menurut

Hadinoto (1996) destinasi wisata adalah “Suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung, yang mana ia dapat tinggal dan berdomisili selama periode waktu tertentu.” Sesuai dengan penjelasan yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan destinasi merupakan tempat atau tujuan wisata oleh orang-orang yang akan melakukan perjalanan wisata baik wisatawan lokal maupun asing.

Salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata adalah adanya motivasi wisatawan. Schiffman dan Kanuk (2008:7) menyatakan bahwa “Faktor psikologis merupakan faktor yang paling mendasar dalam diri seorang individu yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yang terdiri dari: Motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian dan sikap.” Salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku wisatawan adalah motivasi. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata. Motivasi juga merupakan faktor penting bagi calon wisatawan yang didalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Untuk itu perlu adanya analisa mengenai motivasi wisatawan, hal-hal apa saja yang dapat menarik dan memunculkan motivasi wisatawan untuk datang berkunjung kesuatu destinasi pariwisata.

Keputusan konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2008:485), dapat diartikan “Sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan.” Artinya, bahwa seseorang sebelum melakukan pembelian tersedia beberapa alternatif pilihan, sehingga dia harus memilih salah satu

diantaranya. Dalam penelitian ini keputusan berkunjung diadaptasi dari keputusan pembelian karena tahap-tahap yang dilewati oleh wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi wisata sama dengan tahap keputusan pembelian pada umumnya.

Berdasarkan hasil survei awal peneliti pada tanggal 17 April 2017 melalui metode wawancara dengan 20 orang wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak. Banyak informasi tersebar dapat mempengaruhi tujuan berkunjung dari wisatawan, diantaranya: (1) Jumlah kunjungan wisatawan lokal pada objek wisata Pantai Pasir Jambak mengalami fluktuasi. (2) Jumlah kunjungan wisatawan lokal pada objek wisata Pantai Pasir Jambak mengalami penurunan signifikan pada tahun 2016 menjadi 4.710 orang. (3) Realisasi penerimaan retribusi daerah objek wisata Pantai Pasir Jambak kota padang periode 2011 sampai dengan 2016 mengalami penurunan yang signifikan. (4) Realisasi penerimaan retribusi daerah pada objek wisata Pantai Pasir Jambak tahun 2015 hanya sebesar 22%, dan pada tahun 2016 hanya sebesar 24%. (5) Jarangnya atraksi atau pertunjukan yang ditawarkan untuk wisatawan. (6) Tidak adanya toko yang menjual souvenir (cenderamata) atau oleh-oleh ciri khas ke Pantai Pasir Jambak.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan motivasi wisatawan pada Objek Wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang. (2) Mendeskripsikan keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Pantai

Pasir Jambak di Kota Padang. (3) Menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang yang berjumlah 393 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui data penelitian perlu disusun instrument penelitian. Instrumen penelitian yang telah disusun tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah menstabilasi data dan deskripsi data. Setelah data terkumpul selanjutnya data dianalisis untuk mengetahui apakah data penelitian tentang pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang.

Uji persyaratan analisis meliputi uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas terhadap data penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS 16.00*. Selanjutnya analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis.

C. Hasil Penelitian

1. Motivasi

Data motivasi dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 26 butir soal yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya angket disebarakan kepada 80 responden untuk dijawab, dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 1. Motivasi (X)

Kategori	Batas Interval Rata-rata	f	Persentase (%)
Sangat Baik	4,21 – 5,00	29	36.25%
Baik	3,41 – 4,20	30	37.50%
Kurang Baik	2,61 – 3,40	16	20.00%
Tidak Baik	1,81 – 2,60	5	6.25%
Sangat Tidak Baik	1,00 – 1,80	0	0.00%
Total		80	100.00%

Sumber: Data *Primer, 2017* (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil klasifikasi skor motivasi wisatawan sebanyak 29 (36.25%) responden berada pada batas interval 4,21 – 5,00 dengan kategori sangat baik, sebanyak 30 (37.50%) responden berada pada batas interval 3,41 – 4,20 dengan kategori baik, sebanyak 16 (20.00%) responden berada pada batas interval 2.61-3.40 dengan kategori kurang baik, dan sebanyak 5 (6.25%) responden berada pada batas interval 1,81 – 2,60 dengan kategori tidak baik.

2. Keputusan Berkunjung

Data keputusan berkunjung dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 18 butir soal yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Selanjutnya angket disebarakan kepada 80 responden untuk dijawab, dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Keputusan Berkunjung (Y)

Kategori	Batas Interval Rata-rata	f	Persentase (%)
Sangat Setuju	4,21 – 5,00	32	40.00%
Setuju	3,41 – 4,20	42	52.50%
Kurang Setuju	2,61 – 3,40	6	7.50%
Tidak Setuju	1,81 – 2,60	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	1,00 – 1,80	0	0.00%
Total		80	100.00%

Sumber: Data *Primer*, 2017 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil klasifikasi skor keputusan berkunjung ke objek wisata pantai pasir jambak sebanyak 32 (40.00%) responden berada pada batas interval 4,21 – 5,00 dengan kategori sangat baik, sebanyak 42 (52.50%) responden berada pada batas interval 3,41 – 4,20 dengan kategori baik, sebanyak 6 (7.50%) responden berada pada batas interval 2.61 – 3.40 dengan kategori kurang baik.

D. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.00. pengujian normalitas motivasi dan keputusan berkunjung dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar menolak atau

menerima keputusan normal atau tidaknya suatu distribusi data adalah 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Table 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Motivasi	Keputusan Berkunjung
N	80	80
Normal Parameters ^a	Mean	98.04
	Std. Deviation	16.740
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.129
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z	1.266	1.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	.081	.195
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Asymp Sig untuk variable motivasi adalah 0,081 dan untuk keputusan berkunjung adalah 0,195. Dengan nilai Sig > dari 0,05, maka dikatakan bahwa kedua data terdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk melihat apakah kedua sampel homogeny yaitu mempunyai varians yang sama atau tidak antara variabel motivasi (X) dengan variable keputusan berkunjung (Y). untuk pengujian ini digunakan uji *Test of Homogeneity of Variances* menggunakan bantuan program SPSS 16.00. Hasil analisi uji homogenitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:.

Tabel 4. Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.975	13	63	.485

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan hasil analisis uji homogenitas pada tabel di atas, diperoleh nilai Sig adalah 0,485 dengan taraf signifikansi $> 0,05$. Ini artinya nilai signifikansi data lebih besar dari taraf signifikansi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai varians yang sama atau bersifat homogeny.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Uji Linieritas

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	1651.504	38	43.461	11.655	.000
Linearity	1479.350	1	1479.350	396.730	.000
Deviation from Linearity	172.155	37	4.653	1.248	.244
Within Groups	152.883	41	3.729		
Total	1804.387	79			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan hasil analisis uji linearitas pada tabel diatas, diperoleh nilai Sig adalah 0,244 dengan taraf signifikansi $>0,05$, yang artinya

terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel motivasi (X) dan keputusan berkunjung (Y).

E. Pengujian Hipotesis

Uji analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel dengan variable lainnya. Hasil uji analisis regresi linear sederhana diperoleh dengan menggunakan program *SPSS 16.00*, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variable dengan variable lainnya. Hasil uji analisis regresi linear sederhana diperoleh dengan menggunakan program *SPSS 16.00*, dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.407 ^a	.166	.155	6.129	1.742

a. Predictors: (Constant), Motivasi (x)

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (y)

Berdasarkan Tabel 51, terdapat nilai R Square = 0.166, artinya pengaruh variabel motivasi terhadap variabel keputusan berkunjung adalah sebesar 16,6% sedangkan 83,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 7. Signifikansi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581.613	1	581.613	15.482	.000 ^a
	Residual	2930.187	78	37.567		
	Total	3511.800	79			

a. Predictors: (Constant), Motivasi (x)

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (y)

Berdasarkan Tabel 7 diatas diperoleh nilai signifikan pada F hitung 15,482 dengan signifikan $0,000 \leq 0,05$, artinya variabel motivasi dapat menjelaskan variabel keputusan berkunjung secara signifikan.

Tabel 8. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	57.660	4.096		14.076	.000
Motivasi (x)	.162	.041	.407	3.935	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (y)

Berdasarkan Tabel 8 diatas terdapat nilai persamaan regresi

$$Y = a + bX = 57,660 + 0,162X$$

Nilai konstanta sebesar 57,660 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh motivasi nilai skala keputusan berkunjung sebesar 57,660.

Koefisien regresi sebesar 0,162 dengan nilai t hitung 3,935 pada sig. $0,000 \leq 0,05$, artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan motivasi akan meningkatkan 0,162 satuan keputusan berkunjung.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dibuat pembahasan tentang motivasi dengan keputusan berkunjung serta pengaruh antara kedua variabel tersebut. Dari analisis dapat diketahui bahwa variabel independen (motivasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung). Penjelarasannya adalah sebagai berikut:

1. Motivasi (X)

Hasil analisis penelitian variabel motivasi dapat dikelompokkan sebagai berikut: sebanyak 36,25% responden menunjukkan kategori sangat baik, sebanyak 37,50% responden menunjukkan kategori baik, 20,00% responden menunjukkan kategori kurang baik, 6,25% responden menunjukkan kategori tidak baik, dan 0,0% responden menunjukkan kategori sangat tidak baik. Berdasarkan pengkategorian tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi ke objek wisata Pantai Pasir Jambak secara keseluruhan dikategorikan baik, dengan persentase 37,50% berada pada rentang interval 3,41 – 4,20.

2. Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian variabel keputusan berkunjung dapat dikelompokkan sebagai berikut: sebanyak 40,00% responden menunjukkan kategori sangat baik, sebanyak 52,50% responden menunjukkan kategori baik, 7,50% responden menunjukkan kategori kurang baik, 0,0% responden menunjukkan kategori tidak baik, dan 0,0% responden menunjukkan kategori sangat tidak baik. Berdasarkan

pengkategorian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak secara keseluruhan dikategorikan baik, dengan persentase 52,50% berada pada rentang interval 3,41 – 4,20.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 16,6% dengan sig. 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara motivasi dengan keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang. Sedangkan 83,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi, pembelajaran, keyakinan / sikap, budaya, sosial, dan personal / kepribadian.

G. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Hasil penelitian tentang motivasi ke objek wisata Pantai Pasir Jambak dari indikator yang telah ditentukan secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 36.25% dan berada pada rata-rata skor total 3.8 berada pada rentang batas interval 3,41 – 4,20.
- b. Hasil penelitian tentang keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak dari indikator yang telah ditentukan secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 40.00% dan berada pada rata-rata skor total 4.1 berada pada rentang batas interval 3,41 – 4,20.

- c. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Pasir Jambak sebesar 16,6% dan sisanya 83,4% di pengaruhi oleh faktor lainnya.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka ada beberapa hal yang disarankan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

a. Pihak Pengelola

Diharapkan pihak pengelola bisa mengamati aktifitas-aktifitas yang dilakukan wisatawan pada setiap kali berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak. Hal ini disebabkan karena motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang berarti terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil analisa deskriptif ditemukan bahwa kebutuhan akan kegiatan olahraga, memperoleh tingkat capaian jawaban responden paling rendah yaitu sarana olahraga seperti sepak bola pantai, *surfing* dan perlengkapan olah raga lainnya. Dengan melalui pengamatan pengelola bisa menambahkan sarana olahraga tersebut agar dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Pasir Jambak di Kota Padang.

b. Bagi Jurusan Pariwisata FPP-UNP

Diharapkan dapat menambah dan melengkapi buku referensi mengenai motivasi wisatawan dipergustakaan sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan penulisan khususnya penelitian tentang motivasi.

c. Bagi Peneliti lainnya

Kepada para peneliti-peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan dan mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, seperti faktor persepsi, pembelajaran, keyakinan atau sikap, budaya, sosial, personal / kepribadian. Sehingga akan lebih bermanfaat dan memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan tentang keputusan berkunjung wisatawan domestik yang dikaitkan dengan unsur-unsur yang lain.

DAFTAR PUSATAKA

- Daryanto S.S. 1997. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang, 2014
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Schiffman, Leon. G dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks
- Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 pasal 1 Tentang Kepariwisataaan

Catatan: Artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dra. Silfeni, M.Pd. dan Pembimbing II Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, MM.