

## **Citra Destinasi Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Sebagai Tempat Tujuan Wisata di Bangkalan Madura**

**Kristina Yanuarti<sup>1</sup>, Mery Atika<sup>2</sup>, Yan Ariyani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Trunojoyo Madura

[kritinayanuarti02@gmail.com](mailto:kritinayanuarti02@gmail.com)<sup>1</sup>, [mery.atika@trunojoyo.ac.id](mailto:mery.atika@trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>, [yan.ariyani@trunojoyo.ac.id](mailto:yan.ariyani@trunojoyo.ac.id)<sup>3</sup>

### **Abstact**

Bangkalan has great potential in developing halal Tourism. It is supported by the many religious Tours that are scattered around it. One of the famous religious tour destinations in Bangkalan is the tomb of Shaikhona Muhammad Kholil. The research is intended to identify anything that becomes the attraction of travelers in making the pilgrimage to the tomb of Shaikhona Muhammad Kholil. The method in this study is the study of literature by using earlier studies to answer how image destinations affect tourist destinations. As a result of literature studies, indicators of destinations such as the environment around a grave are comfortable, the atmosphere of the tourist scene is so great, certain events are being held, facilities are available, access to the tourist locations is very accessible because the tourist areas are near the city center of Bangkalan, these grave Tours are usually a haven for peace. The attraction of image of the tourist attraction makes Shaikhona Muhammad Kholil's tomb one of the tourist destinations of the Bangkalan.

**Keywords :** Destination Image; Religious Tourism; Tourist Destination

### **Abstrak**

Kabupaten Bangkalan memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata halal. Hal ini didukung dengan banyaknya wisata religi yang tersebar di dalamnya. Salah satu destinasi wisata religi yang terkenal di Bangkalan adalah Makam Syaikhona Muhammad Kholil. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja yang menjadi daya tarik wisatawan dalam melakukan perjalanan ziarah ke Makam Syaikhona Muhammad Kholil. Metode dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu untuk menjawab bagaimana pengaruh citra destinasi sebagai tempat tujuan wisata. Hasil dari studi literatur menunjukkan terpenuhinya indikator dari citra destinasi seperti lingkungan disekitar makam terasa nyaman, suasana ditempat wisata sangatlah indah, pada hari-hari tertentu terdapat beberapa acara besar yang diadakan, tersedianya berbagai fasilitas yang ada, akses menuju lokasi wisata sangat mudah dijangkau karena tempat wisata berada didekat pusat kota Bangkalan, wisata makam ini biasanya dijadikan sebagai tempat untuk mencari ketenangan. Dengan adanya daya tarik citra tempat wisata yang ada menjadikan Makam Syaikhona Muhammad Kholil sebagai salah satu tempat tujuan wisata yang ada di Bangkalan.

**Kata kunci :** Citra destinasi; Tempat tujuan wisata; Wisata religi.

## **1. Pendahuluan**

Wisata religi merupakan salah satu objek wisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan di Pulau Madura. Kondisi sosial dan budaya di Pulau Madura yang masih kental dengan nilai-nilai islami menjadi pendukung utama pengembangan wisata religi. Selain itu dengan keberadaan cagar budaya islam dan pondok pesantren yang tersebar menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Pulau Madura (Suaibah, 2017). Pulau Madura sendiri terletak di provinsi Jawa Timur yang terdiri dari empat kabupaten yang diantaranya, Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan

Kabupaten Sumenep. Kabupaten Bangkalan berlokasi di bagian paling barat dari Pulau Madura.

Kabupaten Bangkalan merupakan kabupaten yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri pariwisata. Hal ini didukung dengan adanya sumber daya alam serta potensi destinasi yang sangat indah, menarik, unik dan luar biasa yang ada didalamnya. Melalui data Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan tercatat terdapat 21 tempat wisata yang terdiri dari wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata sejarah dan wisata religi yang ada di Kabupaten Bangkalan. Terkait dengan jumlah tempat wisata dan jumlah wisatawan yang berkunjung menunjukkan bahwa Kabupaten Bangkalan memiliki potensi penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) dari bidang pariwisata, yang mana penerimaan tersebut salah satunya diperoleh dari kegiatan wisata religi.

Wisata religi merupakan salah satu objek pariwisata syariah andalan Madura. Dari beberapa objek pariwisata syariah di Madura, objek wisata religi makam ulama dan raja-raja Islam merupakan salah satu objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan (Suaibah, 2017). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alam dan Amir (2021) dimana hasil penelitian mengungkapkan bahwa kecenderungan wisatawan ternyata lebih memilih wisata religi dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Ada 6 destinasi wisata religi utama di Bangkalan yaitu Makam Syaikhona Muhammad Kholil, Makam Aermata Ebhu, Gunung Geger, Makam Sultan Abdul Kadirun, Makam Sunan Cendana dan Kolla Lagundih.

Wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura menempati urutan pertama dari indikator kunjungan wisatawan. Rata-rata jumlah wisatawan yang berkunjung atau berziarah ke makam Syaikhona Muhammad Kholil Madura adalah sebanyak 20.000 orang setiap bulannya, bahkan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan Ramadhan jumlah peziarah bisa mencapai 40.000 orang (Suaibah, 2017). Objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil memiliki potensi yang cukup besar namun belum dikelola secara profesional, seharusnya dengan kharisma Syaikhona Muhammad Kholil dan sarana prasarana yang ada, jumlah kunjungan wisatawan masih bisa ditingkatkan. Untuk itu pemerintah daerah perlu mendorong pengelola pariwisata religi untuk memperbaiki kinerjanya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta mengoptimalkan peran pelaku bisnis disekitar objek wisata religi sehingga transaksi bisnis di pasar wisata meningkat.

Perkembangan wisata religi sangat ditentukan oleh kepuasan peziarah sebagai wisatawan. Kepuasan peziarah merupakan bentuk evaluasi yang spesifik terhadap pelayanan yang diterima dari segala aspek atau bagian yang ada pada wisata religi. Peziarah yang terpenuhi kebutuhan perjalanannya akan melakukan kunjungan berulang serta bersedia memberikan penilaian yang baik atas atribut yang ada pada objek wisata religi.

Wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil sebagai destinasi pariwisata, dalam pengembangannya tentu membutuhkan beberapa tolak ukur dari pihak wisatawan.

Wisatawan dianggap penting untuk menilai suatu destinasi wisata karena wisatawan merupakan pembeli atau penikmat jasa (layanan) yang di tawarkan oleh tempat destinasi pariwisata. Wisatawan menilai suatu destinasi melalui kepercayaan dan persepsinya, yang kemudian dapat disebut sebagai citra destinasi. Citra destinasi (*destination image*) merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi serta apa saja yang dirasakan selama berwisata. Faktor lain agar pengembangan destinasi pariwisata sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah dengan cara memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Kepuasan wisatawan sebagai pembeli atau penikmat jasa dapat dipertimbangkan melalui penilaian keseluruhan wisatawan. Penilaian tersebut berkaitan dengan kualitas hasil dari destinasi pariwisata yang diperoleh oleh wisatawan. Pengembangan destinasi pariwisata yang baik, tentunya dapat membuat wisatawan merasa puas dan kemudian dapat membuat wisatawan berencana untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi pariwisata terkait ke orang lain. Coban (2012) membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik. Dalam penelitiannya Coban (2012) juga menerangkan bahwa wisatawan yang menilai positif terhadap citra suatu destinasi kemungkinan bersedia berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi terkait kepada orang lain.

Proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat destinasi wisata seringkali terlebih dahulu mempertimbangkan citra daerah tujuan wisata, Citra tempat destinasi wisata akan muncul dibenak wisatawan jika setidaknya ada sedikit pengetahuan tentang suatu destinasi (Fahmi, 2022). Untuk dapat membangun citra yang positif, suatu tempat destinasi harus memiliki karakteristik yang kuat yang selanjutnya, karakteristik tersebut harus mampu tersampaikan kepada wisatawan. Pembentukan citra tempat wisata juga ditentukan oleh atribut atau karakteristik destinasi yang ditawarkan.

Ketika wisatawan datang dan berkunjung ke suatu tempat destinasi, mereka akan menilai segala hal yang ada pada destinasi tersebut. Sama halnya ketika wisatawan datang berkunjung ke wisata religi Makam Syaikhona Kholil, mereka akan menilai baik dari aktifitas, pemandangan, makanan, akses menuju tempat wisata, serta fasilitas penunjang yang tersedia di dalamnya. Citra destinasi yang baik menjadi hal penting dalam menarik wisatawan untuk datang mengunjungi tempat destinasi wisata. Apabila citra destinasi tempat wisata tidak dapat dipertahankan, maka akan berdampak pada pengurangan minat pengunjung untuk menjadikan wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil sebagai tempat tujuan wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi seberapa besar citra destinasi wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Bangkalan.

## 2. Metode

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan studi literatur. Metode studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan dari hasil data pustaka, membaca serta mencatat, dilanjutkan dengan mengolah bahan penelitian yang telah didapatkan. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber baik itu jurnal, buku, dokumentasi, internet, dan pustaka. Jenis penulisan yang digunakan biasanya adalah studi literatur review yang berfokus pada hasil penulisan yang berkaitan dengan topik atau variabel penulisan.

Pemilihan literatur perlu diperhatikan karena belum tentu semua terbitan dapat digunakan (Wekke, 2019). Peneliti melakukan seleksi terkait bacaan apa saja yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Literatur yang relevan dengan kajian yang akan dilaksanakan menjadi syarat utama dalam pemilihan literatur yang akan digunakan (Wekke, 2019). Kredibilitas referensi menjadi syarat kedua dalam penyusunan kajian yakni dengan menggunakan sumber-sumber primer seperti jurnal yang berasal dari tangan pertama, maka dari itu peneliti menggunakan jurnal, buku, artikel, dan web (bereputasi) atau apapun yang berkaitan dengan konteks kajian yakni citra destinasi sebagai tempat tujuan wisata serta mengenai wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Kemutakhiran daripada referensi yang ada perlu dijadikan pertimbangan karena berkaitan dengan relevansi masalah yang ada.

Langkah penentuan literature secara sistematis menurut Schweizer & Nair (2017) terdapat empat yakni, langkah pertama adalah menemukan. Dengan adanya bantuan teknologi elektronik peneliti mampu menemukan sumber bacaan atau referensi dengan mengakses platform Google Cendekia, Science Direct, Sage Journal dan banyak lagi sebagai acuan yang mana berisi artikel dan jurnal yang dapat diakui kredibilitasnya. Kedua, mengevaluasi. Tidak semua literatur dapat digunakan namun kepustakaan ini perlu dilakukan suatu evaluasi yang dapat dilakukan atas dasar dua aspek yakni kredibilitas dan validitas. Literatur yang memenuhi kedua aspek itu sajalah yang dapat digunakan sebagai dasar dipilihnya sebagai sumber literatur. Ketiga, sintesa data. Data yang telah diperoleh diperlukan kategorisasi tertentu sesuai dengan tema yang ada kemudian data tersebut di analisis dan dikombinasikan dengan data yang lain sehingga rujukan yang digunakan lebih bervariasi dan tidak hanya terpaku pada satu data saja. Keempat, menuliskan manuskrip dalam bentuk meta analisis. Hasil temuan tidak hanya ditulis dalam bentuk paparan data mentah yang telah digabungkan, melainkan menggunakan meta analisis sebagai suatu metode untuk mengemukakan data yang merepresentasikan pokok bahasan atau hal-hal yang terkait dengan konteks penelitian. Dalam hal ini berarti mengenai citra destinasi wisata sebagai tempat tujuan wisata. Artinya data-data

dan hasil kajian hanyalah informasi yang memiliki keterkaitan dengan persoalan yang dikaji dan tidak melebar ke hal-hal diluar konteks penelitian.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hubungan citra destinasi wisata sebagai tujuan wisata

Citra destinasi wisata berperan penting dalam tahap menentukan tempat tujuan wisata bagi para wisatawan. Pengembangan citra destinasi yang positif sangat penting untuk kesuksesan suatu destinasi pariwisata sehingga akan muncul keyakinan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat destinasi pariwisata. Menurut Baloglu & McCleary (dalam Sitanggang 2020) citra destinasi dapat terbentuk sebelum wisatawan melakukan kunjungan dan setelah melakukan kunjungan wisatawan ke suatu tempat wisata. Beerli & Martin (dalam Sitanggang 2020) mendefinisikan citra destinasi sebagai salah satu anteseden terpenting dalam keputusan dan perilaku wisatawan sebelum, padasaat dan setelah kunjungan wisata. Citra destinasi tempat wisata memainkan dua peranan yang penting terhadap perilaku wisatawan yaitu perilaku pada saat proses pemilihan destinasi dan perilaku setelah pengambilan keputusan seperti pengalaman, evaluasi. Dengan demikian citra destinasi dapat dimaknai sebagai kesan umum wisatawan yang berguna pada proses pengambilan keputusan dan niat perilaku di masa depan. Menurut Khan, Dkk (2013) kepuasan wisatawan akan terbentuk pada saat wisatawan mendapatkan atau menerima citra positif pada suatu tempat destinasi di dalam pikiran mereka. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik dan positif persepsi wisatawan terhadap suatu tempat destinasi, maka semakin tinggi pula untuk menjadikan suatu tempat wisata sebagai tempat tujuan wisata.

Crompton (dalam Ross, 1998) mendefinisikan citra tempat tujuan wisata sebagai keseluruhan keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat tujuan. Hunt (dalam Ross, 1998) mengatakan bahwa citra tempat tujuan lebih berkaitan dengan citra apa yang ada di dalam benak seorang wisatawan mengenai suatu tempat tujuan, daripada fasilitas-fasilitas yang tersedia di suatu tempat rekreasi. Menurut Chi & Qu (dalam Paludi, 2017) Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi ada sembilan indikator yaitu lingkungan, wisata alam, acara dan hiburan, atraksi bersejarah/budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, kegiatan luar ruangan, serta harga dan nilai.

Indikator yang pertama adalah lingkungan, yaitu keadaan lingkungan di dalam maupun di sekitar objek wisata hal ini meliputi keamanan lokasi wisata, kebersihan, keramahtamahan warga, dan ketenangan suasana. Keadaan lingkungan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil tergolong aman dan bersih. Ketika berkunjung ke tempat wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil wisatawan akan disambut dengan pengelola dan masyarakat sekitar yang ramah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Suaibah (2017) mengenai kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil

menghasilkan tiga nilai gap positif diantara lima dimensi yang diteliti. Ketiga dimensi menunjukkan bahwa peziarah merasa kualitas pelayanan yang diberikan untuk dimensi empathy, reliability dan responsiveness lebih besar dengan apa yang diharapkan, sehingga peziarah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil. Dimensi empathy memiliki nilai gap positif terbesar dibanding dimensi lainnya. Kontribusi atribut pada dimensi empathy yang menyebabkan peziarah memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi secara berurutan adalah atribut keramahan pengelola kepada peziarah, kesediaan pengelola dihubungi setiap saat, sikap menghormati kepada peziarah dan sikap ketulusan pengelola kepada peziarah.

Indikator kedua adalah keadaan wisata alam atau keindahan pemandangan di objek wisata. Pada saat memasuki kawasan tempat wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil wisatawan akan disuguhkan dengan pemandangan masjid yang terlihat sangat indah. Bangunan masjid yang besar dan kokoh serta terdapat detail ornamen yang tersebar di seluruh bagian bangunannya. Keberadaan dua menara yang menjulang tinggi di sudut sayap kanan dan kiri bangunan semakin menambah kemegahan masjid yang ada di tempat wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil ini. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hosin (2019) pada tahun 2008 masjid yang ada di makam Syaikhona Muhammad Kholil selesai dibangun, dan informasi terkait pembangunan masjid tersebut mulai menyebar yang mengakibatkan banyaknya para peziarah yang berkunjung ke masjid makam Syaikhona Muhammad Kholil untuk melihat keunikan arsitektur yang ada di masjid tersebut.

Indikator ketiga acara dan hiburan, yaitu ragam acara dan hiburan yang disajikan di lokasi objek wisata. Pada bulan-bulan tertentu khususnya pada saat hari-hari besar agama Islam, di Syaikhona Muhammad Kholil terdapat sebuah perayaan seperti acara malam "Cocogen". Malam "Cocogen" sendiri dikenal dengan tradisi menyambut bulan Maulid, yakni bulan kelahiran nabi Muhammad SAW. Tradisi ini juga dijadikan sebagai ajang mempererat tali silaturahmi antar warga sekaligus edukasi bagi generasi muda untuk tidak melupakan tradisi dan budaya islam yang sudah mengakar dalam masyarakat (Shofy, 2022).

Indikator keempat adalah atraksi bersejarah atau budaya, yaitu keadaan kebudayaan lokal yang menjadi ciri khas dari objek wisata. Contoh kebudayaan yang ada di Pulau Madura adalah karapan sapi. Karapan sapi adalah budaya suku Madura yang biasanya di gelar disetiap tahunnya. Pada perlombaan karapan sapi ini, sepasang sapi menarik semacam kereta dari kayu yang dipacu dalam lomba adu cepat melawan pasangan-pasangan sapi lain. Trek yang digunakan dalam pacuan biasanya sekitar 100 meter. Selain karapan sapi terdapat juga tradisi Taktok yang juga merupakan kompetisi aduan sapi (detiktravel, 2020).

Kelima infrastruktur, yaitu fasilitas pendukung yang ada di dalam dan sekitar objek wisata. Fasilitas yang tersedia di tempat wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil tergolong lengkap. Terdapat tempat parkir yang luas, kamar mandi, masjid untuk beribadah,

beberapa gazebo, serta bagi wisatawan yang merasa haus atau lapar dapat dengan mudah menemukan warung-warung yang tersebar disekitar tempat wisata.

Keenam aksesibilitas, yaitu kelancaran atau kemudahan akses untuk mencapai lokasi objek wisata. Akses menuju lokasi wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil sangat mudah dijangkau karena tempat wisata ini berada didekat pusat kota Bangkalan. Terdapat dua akses untuk dapat ke tempat wisata Makam Syaikhona Muhammad Kholil yaitu melalui jalur darat dan laut. Untuk jalur laut wisatawan dapat menggunakan transportasi kapal ferry melalui Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya menuju Pelabuhan Kamal Bangkalan Madura. Sedangkan jika melalui jalur darat, ditempuh dengan menyeberang melalui Jembatan Suramadu. Yang pada tahun 2009 suramadu sebagai jembatan penghubung antara Pulau Jawa dan Madura mulai beroperasi yang membuat semakin banyaknya wisatawan dari Pulau Jawa yang berdatangan dikarenakan akses untuk berziarah ke tempat wisata makam Syaikhona Muhammad Kholil menjadi semakin mudah (Hosin, 2019).

Indikator ketujuh relaksasi, yaitu kondisi atau keadaan dimana objek wisata dapat membantu pengunjungnya untuk menenangkan pikiran serta menyegarkan tubuhnya. Suasana makam kerap memberikan perasaan tenang karena kebanyakan wisatawan menjadikan kegiatan ziarah sebagai wahana refleksi diri (Royyan, 2011). Indikator delapan kegiatan luar ruangan, yaitu kegiatan yang bisa dilakukan pengunjung di alam terbuka di dalam dan sekitar objek wisata. Dan indikator kesembilan adalah harga dan nilai, yaitu segala biaya yang dikeluarkan pengunjung/wisatawan selama berada di objek wisata. Tidak ada tiket masuk jika ingin berkunjung ke makam Syaikhona Muhammad Kholil. Wisatawan yang membawa kendaraan cukup membayar parkir dengan harga Rp 2.000 ribu. Wisatawan juga dapat membeli air yang dijual oleh para pengabdikan makam, untuk botol besar dijual dengan harga Rp 6.000 ribu dan untuk botol yang kecil harganya Rp 3.000 ribu (Hosin, 2019).

#### **4. SIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah semakin positif suatu citra destinasi tempat wisata maka akan membuat wisatawan merasakan persepsi positif terhadap suatu tempat wisata. Wisatawan yang merasakan nilai positif terhadap suatu citra destinasi tempat wisata kemungkinan bersedia berkunjung bahkan merekomendasikan destinasi terkait kepada orang lain. Dalam sektor pariwisata, citra destinasi wisata berperan penting pada tahap menentukan tempat tujuan wisata bagi para wisatawan. Pengembangan citra yang positif sangat penting untuk kesuksesan suatu destinasi pariwisata sehingga akan muncul keyakinan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Bangkalan, khususnya wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil. Tujuan akhir dari pemasaran destinasi adalah menarik wisatawan dengan memengaruhi pengambilan keputusan dan pilihan



perjalanan mereka. Citra destinasi yang positif akan memberikan keyakinan kepada wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada destinasi pariwisata tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai citra destinasi sebagai tempat tujuan wisata. Saran kepada penelitian selanjutnya ialah dikarenakan pada penelitian ini variabel yang digunakan masih terbatas yakni menggunakan variabel citra destinasi sebagai tempat tujuan wisata. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambah variabel-variabel lain yang masih relevan atau berkaitan dengan variabel citra destinasi wisata.

### Daftar Pustaka

- Alam, B.P, & Amir, F. (2021). Analisis Pengaruh Pariwisata Religi Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bangkalan. *Qawwam: The Leader's Writing*. 2(2), 156-164.
- BPS Kabupaten Bangkalan. (2022). Kabupaten Bangkalan Dalam Angka.
- Detiktravel: 8 Kebudayaan Suku Madura yang Perlu Diketahui. (2020, Juni 28). Diakses dari: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5071348/8-kebudayaan-suku-madura-yang-perlu-diketahui>.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: the case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*. 29(2), 222-232.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 23(1), 58-71.
- Gustia, A. E., Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*. 2(1), 7-12.
- Hanif, A., Kusumawati, A., Mawardi., M.K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 38(1), 44-52.
- Hosin, A, S. (2019). Perkembangan Pariwisata Ziarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Tahun 2005-2018. *Jurnal Pendidikan Sejarah*. 8(1),
- Khan, A. H., Haque, A., & Rahman, M. S. (2013). What Makes Tourists Satisfied? An Empirical Study on Malaysian Islamic Tourist Destination. 14(12), 1631–1637.
- Mahsun & Muniri. (2018). Konstruksi Sosial Nyelase di Makam Syaikhona Kholil Bangkalan. *Jurnal Studi Ilmu Pendidikan dan Keislaman*. 1(1), 28-45.
- Paludi, S. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. Tesis, MM IBN Jakarta.
- Ross, G. F. (1998). Psikologi pariwisata. Diterjemahkan oleh Marianto Samosir. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.



- Royyan, M. (2011). Tradisi Ziarah Dalam Islam. Fakultas Ushuluddin, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Schweizer ML, Nair R. (2017). A practical guide to systematic literature reviews and meta-analyses in infection prevention: Planning, challenges, and execution. *Am J Infect Control*. 45(11), 1292-1294.
- Shofy, M, F. (2022). Potret Malam Cocogen di Masjid Syaikhona Kholil Martajasah, Sebuah Tradisi. Diakses dari: <https://www.wartacakrawala.com/potret-malam-cocogen-di-masjid-syaikhona-kholil-martajasah-sebuah-tradisi/>.
- Sitanggang, D.A., Sumarti., Pangestuti, E. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berperilaku Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 61-77.
- Suaibah, L. (2017). Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura. *Jurnal PAMATOR*. 10(2), 146-151.
- Sudiarta, I. N. (2012). Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah?. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*. 7(1), 1-15.
- Wekke, I. S. (2019). Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta: Gawe Buku CV. Adi Karya Mandiri.