

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN HARGA
TIKET TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA
OBYEK WISATA KEJAWANAN**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh:

ANGGITA UMI HANI

2108204002

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON**

1446 H / 2025 M

ABSTRAK

Anggita Umi Hani, NIM: 2108204002 “PENGARUH *BRAND IMAGE* *BRAND AWARENESS* DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBYEK WISATA KEJAWANAN”

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, termasuk di Kota Cirebon yang memiliki berbagai destinasi unggulan, salah satunya Pantai Kejawanan. Meskipun memiliki daya tarik tersendiri, data menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Pantai Kejawanan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Fenomena ini menunjukkan adanya persoalan dalam pengelolaan daya tarik wisata, khususnya yang berkaitan dengan *brand image*, *brand awareness*, dan harga tiket yang ditawarkan. Ketiga faktor ini diduga memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *brand awareness*, dan harga tiket terhadap keputusan berkunjung wisatawan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 98 wisatawan di Pantai Kejawanan, dengan teknik pengambilan sampel acak. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand image* dan *Brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam memilih Pantai Kejawanan sebagai destinasi wisata. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra dan kesadaran merek suatu destinasi, semakin besar kemungkinan wisatawan untuk berkunjung. Sementara itu, harga tiket tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan, yang menunjukkan bahwa wisatawan lebih mempertimbangkan pengalaman dan daya tarik wisata dibandingkan dengan biaya masuk.

Kata kunci: *Brand image*, *Brand awareness*, Harga Tiket, Keputusan Berkunjung, Pariwisata.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ABSTRACT

Anggita Umi Hani, NIM: 2108204002 *"THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, AND TICKET PRICES ON TOURISTS' VISIT DECISIONS TO KEJAWANAN TOURIST ATTRACTION"*

Tourism is a strategic sector in national economic development, including in Cirebon City which has various leading destinations, one of which is Kejawanan Beach. Although it has its own appeal, data shows that tourist visits to Kejawanan Beach fluctuate every month. This phenomenon indicates a problem in the management of tourist attractions, especially those related to brand image, brand awareness, and ticket prices offered. These three factors are thought to influence tourists' decisions to visit.. This study aims to determine the effect of brand image, brand awareness, and ticket prices on tourists' visiting decisions, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 98 tourists at Kejawanan Beach, with a random sampling technique. The data obtained were analyzed using multiple linear regression. The results of the study show that Brand image and Brand awareness have a positive and significant effect on tourists' decisions in choosing Kejawanan Beach as a tourist destination. This shows that the better the image and brand awareness of a destination, the more likely tourists are to visit. Meanwhile, ticket price has no significant influence on tourists' decisions, indicating that tourists consider the experience and attractions more than the entrance fee.

Keywords: Brand awareness; Brand image; Ticket Price; Visit Decision; Tourism.

الملخص

"النغيتا أومي هاتي، الرقم الجامعي: ٢١٠٨٢٠٤٠٠٢" تأثير صورة العلامة التجارية ووعي العلامة التجارية وسعر التذكرة على قرار زيارة السياح لموقع سياحي كيجوانانان"

سحراها من الرغم على كيجوانانان شاطئ بينها ومن، الرائدة الوجهات من العديد تضم شهر كل تنقلب كيجوانانان لشاطئ السياحية الزيارات أن إلى البيانات تشير، الخاص بصورة المتعلقة تلك وخاصة، السياحية المعالم إدارة في مشاكل وجود الظاهرة هذه وتظهر العوامل هذه أن ويعتقد. المقامة التذاكر وأسعار، التجارية بالعالمية والوعي، التجارية العالمية صورة تأثير تحديد إلى الدراسة هذه تهدف. الزيارة بشأن السياح قرارات على تؤثر الثالثة لدى الزيارة قرارات على التذاكر وأسعار، التجارية بالعالمية والوعي، التجارية العالمية. المنح أسلوب باستخدام الكمي المنهج على الدراسة هذه تعتمد. واحد وقت وفي جزئيا، السياح شاطئ في 98 ساعات على توزيعها تم التي السيتيبيات خلال من البيانات جمع تم الحصول تم التي البيانات تحليل تم. العشوائية العينة أسلوب باستخدام، كيجوانانان التجارية العالمية صورة أن الدراسة نتائج وتظهر. المتعدد الخطي النحدر باستخدام عليها شاطئ اختيار في السائح قرارات على وهام إيجابي تأثير لها التجارية بالعالمية والوعي التجارية عالميتها ووعي الوجهة صورة كانت كلما أنه هذا يوضح. سياحية كوجهة كيجوانانان التذكرة لسعر يوجد ال، نفسه الوقت وفي. بزيارتها السياح قيام احتمالية زادت، أفضل بالتجربة يهتمون السائح أن إلى يشير مما، السائح قرارات على كبير تأثير الدخو رسوم من أكثر السياحية والمعالم

الكلمات البحث: وعي العلامة التجارية، الصورة الذهنية للعلامة التجارية، أسعار التذاكر، قرار الزيارة السياحية

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**“PENGARUH *BRAND IMAGE* *BRAND AWARENESS* DAN HARGA
TIKET TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA
OBYEK WISATA KEJAWANAN”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

ANGGITA UMI HANI

2108204002

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M. Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

Nining Wahyuningsih, S.E., M.M.

NIP : 19730930 200710 2 001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc., M. Ag

NIP: 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Anggita umi hani, Nim: 2108204002 dengan judul **"Pengaruh Brand image Brand Awareness Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Kejawanan"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamualaikum wr.wb

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Achmad Otong/Busthomi, Lc., M. Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

Nining Wahyuningsih, S.E., M.M.

NIP. 19730930 200710 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



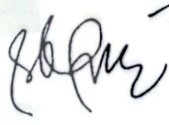
Achmad Otong Busthomi, Lc., M. Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Brand image*, *Brand Awareness* Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Kejawanen”. Oleh Anggita umi hani, Nim: 2108204002, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universits Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 28 Mei 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang  Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag NIP : 19731223 200701 1 022 Penguji I  Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy NIP. 198602232 201710 4 001	Sekretaris Sidang  Syaeful Bakhri, S.E., M.Si P. 19731125 20141111002 Penguji II  Hafni Khairunnisa, M.Sc NIP 19880826 201801 2 002
---	--

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggita Umi Hani
NIM : 2108204002
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 31 Mei 2003
Alamat : Blok Pahing RT 02 RW 11 Jatiseeng Kidul,
Ciledug Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh *Brand image Brand Awareness* Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Kejawanan”, ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala risiko atau sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terkait keaslian karya saya ini.

Cirebon, 02 Maret 2025

Saya yang menyatakan

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIB
SYEKH NURJATI CIREBO



Anggita Umi Hani

NIM: 2108204002

KATA PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada sang pencipta Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah- Nya, sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik. Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan, dan semangat tanpa henti. Segala perjuangan ini tak lepas dari kasih sayang dan pengorbanan kalian.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staf Jurusan Ekonomi Syariah, khususnya pada dosen pembimbing Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag dan Ibu Nining Wahyuningsih, S.E.,M.M. atas bimbingan dan arahan yang diberikan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Sahabat dan Teman Seperjuangan, yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan semangat, dan membantu dalam proses akademik ini.. Penulis juga ucapkan banyak terimakasih kepada teman satu kos yang telah bersedia menemani penulis dalam semua kondisi dari skripsi ini dibuat hingga selesai.

Terimakasih banyak kepada Pemerintahan Desa Bagawat dan Pengelola Objek Pantai kejawanan atas izinya, penulis dapat melakukan penelitian di Pnatai kejawanan yang bertempat di Desa Pegambiran dan berinteraksi dengan warga sekitar.

UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Anggita Umi Hani yang dilahirkan di Cirebon, pada tanggal 31 Mei 2003. Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Haerudin dan Ibu Siti Masitoh. Alamat tinggal penulis bertempat di Blok Pahing RT 02 RW 11 Jatiseeng Kidul, Ciledug Cirebon

Jenjang pendidikan yang pernah di tempuh penulis:

1. SDN 1 CILEDUG KULON 2009-2015
2. SMP KHAS KEMPEK 2015-2018
3. MA KHAS KEMPEK 2018-2021

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil Judul Skripsi: “Pengaruh *Brand image Brand Awareness* Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Kejawanan”. Dibawah bimbingan Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag dan Ibu Nining Wahyuningsih, S.E.,M.M.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, serta kita sebagai umatnya yang senantiasa mengikuti sunnahnya sampai hari akhir nanti.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) di jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Proses penelitian dan penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag , Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, Terima Kasih Atas Ilmu Yang Telah Di Berikan Kepada Penulis
5. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Terima kasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan, mendengarkan keluhan kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nining Wahyuningsih, S.E.,M.M. Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan mengarahkani peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini

7. Kedua Orang Tua Tercinta, yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan, dan semangat tanpa henti. Segala perjuangan ini tak lepas dari kasih sayang dan pengorbanan kalian.
8. Saudara dan Keluarga Besar, yang selalu menjadi sumber motivasi dan kebahagiaan dalam setiap langkah perjalanan saya.
9. Seluruh teman teman jurusan Ekonomi Syariah yang berjuang dari awal perkuliahan sampai dengan penulisan skripsi ini selesai. Semoga kita semua dapat menjadi orang yang bermanfaat.
10. Penulis ucapkan terimakasih kepada teman satu kelas sekaligus satu kos , khususnya pada Euis Nurlailasari yang telah menemani masa tersulit penulis dan kebersamaan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
11. Pemerintahan Desa Pegambiran dan Pengelola Objek Pantai kejawanan atas izinya, penulis dapat melakukan penelitian di Pnatai kejawanan yang bertempat di Desa Pegambiran dan berinteraksi dengan warga sekitar.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis menyampaikan terima kasih dan semoga Allah SWT memberikan imbalan yang berlipat ganda. Amin. Penulis bertanggung jawab secara akademis atas penulisan skripsi ini yang telah diteliti oleh penulis.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
الملخص.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	v
NOTA DINAS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
PEDOMAN LITERASI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. <i>Grand Theory</i>	13
B. Keputusan Berkunjung.....	15
C. <i>Brand image</i>	19
D. <i>Brand awareness</i>	25
E. Harga	28
F. Penelitian Terdahulu	32
G. Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	41

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	41
B. Objek Penelitian	41
C. Jenis Penelitian.....	42
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Skala Pengukuran Variabel	43
G. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling.....	44
H. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
I. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Kelurahan Pegambiran	53
B. Gambaran Umum Pantai Kejawanen	55
C. Karakteristik Responden	58
D. Distribusi Jawaban Responden	60
E. Uji Kualitas Instrumen	73
F. Uji Asumsi Klasik.....	76
G. Uji Hipotesis	80
H. Pembahasan.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
A. Simpulan	95
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	104

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kejawanan Tahun 2023.....	4
Tabel 2. 1 Literatur Review	33
Tabel 3. 1 Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kelurahan Pegambiran Kecamatan Lemahwungkuk....	56
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4. 3 Rentang Usia Responden	60
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Variabel <i>Brand image</i>	62
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Variabel <i>Brand awareness</i>	64
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Variabel Harga Tiket	67
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Berkunjung	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas.....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4. 15 Uji t	83
Tabel 4. 16 Uji F	84
Tabel 4. 17 Output Regresi Linier Berganda	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Pantai Kejawanan.....	56
Gambar 4. 2 Salah Satu Fasilitas Pantai Kejawanan.....	57
Gambar 4. 3 Salah Satu Aktivitas di Pantai Kejawanan	58



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PEDOMAN LITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Uraian secara garis besarnya sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonen konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini merupakan tabel daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab sama seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*).

1. Vokal Tunggal (*Monoftong*)

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ ditulis *kataba*

فَعَلَ ditulis *fa`ala*

سُئِلَ ditulis *su`ila*

2. Vokal Rangkap (*Diftong*)

Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ ditulis *kaifa*

حَوْلَ ditulis *ḥaula*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis masing-masing dengan tanda (-) di atasnya. Berikut ini tabel maddah dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أَ/إِ/أَ	Fathah dan Alif atau Ya	Ā	a dan garis di atas
إِ/يِ/يِ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
أُ/وِ/وِ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ ditulis *qāla*

رَامَى ditulis *ramā*

قِيلَ ditulis *qīla*

يَقُولُ ditulis *yaqūlu*

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu:

1. Ta' Marbutah Hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' Marbutah Mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ ditulis *al-madīnah al-munawwarah* / *al-madīnatul munawwarah*

طَلْحَة ditulis *ṭalḥah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. *Syaddah* ini ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

زَيْنٌ ditulis *zuyyina*

الْحُبُّ ditulis *al-ḥubbu*

F. Kata Sandang *Alif + Lam* (ال)

Kata sandang *alif lam* dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, transliterasi kata sandang *alif lam* itu dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Kata Sandang yang Diikuti Huruf *Syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

Contoh:

الدِّينُ ditulis *ad-dīnu*

النَّاسُ ditulis *an-nāsu*

2. Kata sandang yang Diikuti Huruf *Qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah* ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya, yaitu ditulis dengan “*al*”.

Contoh:

الْكِتَابُ ditulis *al-kitābu*

الْحُكْمُ ditulis *al-ḥukmu*

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya diberi tanda apa pun dan tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif. Hamzah dapat ditransliterasikan dengan tanda *apostrof* apabila hamzah terletak di tengah dan di akhir kata, jika terletak diantara dua hal tersebut maka ditulis dengan tanda (').

Contoh:

تَأْكُلُ ditulis *ta 'kulu*

النَّوْءُ ditulis *an-nau 'u*

إِنَّ ditulis *inna*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *huruf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

الْمَكَّةُ الْمَكْرَّمَةُ ditulis *al-makkah al-mukarramah / al-makkatul mukarramah*

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا ditulis *bismillāhi majrehā wa mursāhā*

I. Huruf Kapital

Walau dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ditulis *Alhamdulillah rabbil `ālamīn*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ ditulis *izqāla Yūsufu*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

ditulis *Allaāhu gafūrun rahīm*

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

ditulis *Lillāhi al-amru jamī`an / Lillāhil-amru jam*



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**