

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN AGROWISATA
(STUDI KASUS DI WISATA AGRO TAMBI
PT PERKEBUNAN TAMBI WONOSOBO)**

Bayu Lestari¹, Danang Manumono², Arum Ambarsari²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Wisata Agro PT Perkebunan Teh Tambi Wonosobo. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Lokasi dalam penelitian ini ditentukan menggunakan metode studi kasus di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, Desa Tambi, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo. Sampel yang diambil sebanyak 30 responden menggunakan cara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa responden pada penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung dan menginap di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis regresi linier berganda. Kesimpulan dari penelitian menyebutkan bahwa variabel independen yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen adalah bukti fisik dan ketanggapan. Variabel bukti fisik berpengaruh nyata dan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan jika bukti fisik mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan. Variabel ketanggapan berpengaruh nyata dan bernilai negatif terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan jika ketanggapan mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan. Variabel independen lain yang meliputi kehandalan, jaminan, dan empati tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Meskipun tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, namun variabel kehandalan, jaminan, dan empati mempunyai rerata penilaian yang baik dari pengunjung Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo.

Kata kunci : wisata agro, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan.

PENDAHULUAN

Secara geografis Indonesia adalah salah satu negara di Asia Tenggara yang merupakan negara kepulauan. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki berbagai potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan, misalnya pada sektor kelautan, pertanian, maupun perkebunannya. Indonesia sebagai negara yang bercorak agraris memiliki sektor pertanian yang merupakan sektor paling dominan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari mata pencarian sebagian besar masyarakat Indonesia yang bekerja sebagai petani. Dewasa ini sektor pertanian di Indonesia mengalami banyak perkembangan. Pertanian di Indonesia tidak hanya sekedar kegiatan bertani di sawah atau berladang, namun meluas hingga ke skala yang lebih besar lagi.

Sebagai negara agraris yang mempunyai kekayaan berupa sumber daya alam yang melimpah, pengembangan industri pariwisata memegang peranan penting bagi masa depan suatu negara. Selain itu pengembangan ini juga memegang peranan penting terhadap pelestarian sumber daya alam dan lingkungan. Melalui perencanaan dan pengembangan yang tepat, agrowisata dapat menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian daerah. Pengembangan jasa agrowisata memberikan keuntungan bagi Indonesia maupun negara berkembang lainnya.

Lazimnya proses transformasi struktur ekonomi, bergerak dari sektor pertanian, manufaktur, kemudian ke sektor jasa. Bagi Indonesia yang masih belum sepenuhnya pulih dari krisis ekonomi, transformasi dari sektor pertanian ke sektor manufaktur

menghadapi kendala yang serius yakni lemahnya sektor permodalan, keterampilan maupun *entrepreneurship* untuk mengolah produk-produk pertanian. Hal ini mengakibatkan sebagian besar tenaga kerja masih menggantungkan kepada sektor pertanian. Hanya sebagian kecil saja petani di desa yang sukses berwirausaha mengolah hasil-hasil pertanian.

Jalan keluar yang disarankan adalah proses transformasi langsung dari sektor pertanian ke sektor jasa. Dengan adanya perubahan alam dan perilaku manusia, akan membuat aktivitas manusia menjadi lebih padat dan meningkatkan kebutuhan manusia akan rekreasi. Momentum tradisi budaya dan eksotisme lingkungan lokal dapat dikemas sebagai produk wisata yang menarik pengunjung dari luar wilayah. Berdasarkan hal tersebut maka perlu adanya pengembangan pada sektor rekreasi atau wisata dengan konsep yang berbeda dari tempat rekreasi yang sudah ada yaitu agrowisata.

Pengertian agrowisata dalam Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: 204/KPTS/30HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 Tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro, didefinisikan sebagai suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, perjalanan, rekreasi dan hubungan usaha dibidang pertanian.

Berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah (LAKIP) yang dikeluarkan oleh Sekretariat Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (2013), agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Kegiatan agrowisata bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian yang

meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan. Disamping itu yang termasuk dalam agrowisata adalah perhutanan dan sumber daya pertanian.

Hamparan kebun teh yang menghijau dan suasana yang sejuk tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk sekedar berlibur atau menghabiskan waktu bersama keluarga. Daya tarik sektor perkebunan sebagai agrowisata antara lain, pemandangan yang indah dan suasana yang berbeda dari suasana perkotaan. Pemandangan dan suasana yang berbeda akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung terutama pengunjung dari daerah perkotaan yang jarang melihat pemandangan dan merasakan suasana lingkungan yang asri dan tenang. Selain sebagai media rekreasi agrowisata perkebunan juga menawarkan wisata edukasi yaitu berupa pendidikan tentang cara pembudidayaan serta pengolahan tanaman budidaya.

Selain dari faktor alam, faktor lain berupa pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi kepuasan dari para konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler,2005). Upaya perbaikan sistem

kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo merupakan bagian dari Perkebunan Teh Tambi. Perkebunan Teh Tambi merupakan salah satu perkebunan teh di Indonesia yang berada di Desa Tambi, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah. Kebun Teh Tambi terletak di kaki Gunung Sindoro. Perkebunan Teh Tambi dibangun pada tahun 1865, terletak 16 km sebelah utara Kota Wonosobo dengan ketinggian 1350 m di atas permukaan air laut dan memiliki suhu rata-rata 16-28 °C. Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo menawarkan pemandangan yang sangat indah, dengan hamparan perkebunan teh, dan juga pemandangan area sekeliling berupa daerah pegunungan yang menawan. Fasilitas yang ditawarkan oleh Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo meliputi; penginapan, wisata edukasi berupa *plantation tour* dan *factory tour*, serta *outbound tour*. Selain untuk berwisata, Pondok Wisata Agro Tambi juga menyediakan fasilitas ruangan khusus untuk rapat dan konferensi.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar

Di dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Whitney dalam Surakhmad, (1998), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif mempunyai ciri-ciri khusus yaitu ; memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual, dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (Surakhmad ,1998)

Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi penelitian ini menggunakan metode studi kasus di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, Desa Tambi, Kecamatan Kejajar, Kabupaten

Wonosobo, Jawa Tengah. Penelitian dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu dengan rentang waktu mulai 11 Mei – 30 Juni 2015. Hal tersebut dikarenakan pada kedua hari tersebut merupakan hari kunjungan dengan jumlah pengunjung terbanyak.

Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan atau dapat mewakili objek yang akan diteliti (Effendi dan Tukiran, 2012). Pertimbangan yang digunakan untuk mengambil responden adalah bahwa responden pada penelitian ini adalah orang yang pernah berkunjung dan menginap di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Latar belakang demografi responden dianggap sama sehingga dapat dijadikan responden dalam penelitian, dengan pertimbangan setelah dilakukan wawancara terhadap responden di lapangan.

Jenis Data yang Diambil

Data penelitian berasal dari dua sumber, yaitu:

1. Data primer
Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari wawancara terhadap responden pada pertanyaan yang telah disiapkan. Data primer umumnya bersifat lebih terperinci daripada data sekunder.
2. Data sekunder
Data sekunder adalah data yang ada pada pengelola Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo serta dokumen-dokumen instansi lain yang terkait dengan bahan penelitian ini.

Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan guna mencegah agar penelitian tidak menyimpang dari ketentuan, sehingga faktor pembatas yang dibuat adalah :

1. Data primer diperoleh dari responden yang berkunjung dan menginap pada bulan Mei-Juni 2015.
2. Latar belakang semua responden dianggap sama.

Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel

1. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai beberapa indikator, yaitu:

- a. Bukti fisik (*tangible*) merupakan suatu bentuk pelayanan yang menunjukkan penampilan fisik dari suatu objek atau fasilitas yang ada pada agrowisata. Bukti fisik meliputi ketersediaan akses jalan, penampilan karyawan, keindahan panorama, fasilitas *outbound*, dan fasilitas toilet. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.
- b. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan yang dimiliki pihak agrowisata untuk memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan apa yang ditawarkan kepada pengunjung meliputi kesesuaian pelayanan, keakuratan dalam pelayanan, keramahan, kemampuan pegawai dalam menyelesaikan masalah, dan keandalan *tour guide*. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan cepatnya respon pegawai agrowisata dalam memenuhi keinginan pelanggan meliputi ketanggapan penerimaan keluhan, ketanggapan untuk membantu pelanggan, kecepatan pelayanan, kesiapan dalam membantu pelanggan, dan kecepatan petugas. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.
- d. Jaminan (*assurance*) merupakan kepastian akan kemampuan pegawai yang dapat menumbuhkan rasa percaya pada diri pelanggan sehingga memiliki keinginan untuk berkunjung ke agrowisata lagi. Jaminan meliputi; jaminan keramahan pegawai, jaminan kesabaran pegawai dalam menanggapi keluhan dan pertanyaan pengunjung, jaminan keselamatan pengunjung, dan jaminan akan kenyamanan fasilitas. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.
- e. Empati (*emphathy*) merupakan perhatian yang diberikan sehingga dapat memahami keinginan pengunjung. Empati meliputi

kepedulian akan keluhan pengunjung, kemampuan untuk memahami keinginan pengunjung, kepedulian untuk membantu pengunjung, kesesuaian kebutuhan pengunjung dengan waktu kunjungan, kepedulian pihak agrowisata dalam berbagi pengetahuan. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.

2. Kepuasan konsumen meliputi lamanya waktu berkunjung, kepuasan akan pelayanan, serta adanya keinginan untuk mempromosikan agrowisata kepada teman maupun kerabat. Diukur menggunakan skala likert 1 – 3 dimana, a = setuju dengan skor 3, b = kurang setuju dengan skor 2, c = tidak setuju dengan skor 1.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting pada metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan nantinya akan digunakan menuju hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk mendapatkan data dengan pengujian metode analisis dilakukan beberapa cara, yaitu:

1. Teknik observasi
Secara mudah observasi sering disebut juga sebagai metode pengamatan. Teknik observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis.
2. Teknik wawancara
Teknik wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden. Dengan membuat kuisioner peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Tujuan pembuatan kuisioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian dengan kesahihan yang cukup tinggi.
3. Teknik pencatatan
Teknik pencatatan yaitu pengumpulan data dengan cara mencatat data primer dan data sekunder yang berhubungan dengan judul penelitian baik dengan instansi terkait, petani, dan sebagainya.

Metode Analisis Data

Model yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo adalah model analisis regresi linier berganda. Persamaan yang digunakan dalam model menunjukkan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

b₀ = Konstanta

b₁₋₅ = Koefisien regresi variabel

X₁ = Bukti fisik (*Tangible*)

X₂ = Keandalan (*Reliability*)

X₃ = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

X₄ = Jaminan (*Assurance*)

X₅ = Kepedulian (*Empathy*)

e = error

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan terhadap model adalah uji koefisien determinasi uji F, (R²), dan uji t. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *software* bantuan analisis yang bernama Shazam.

1. Uji F

Digunakan untuk menguji apakah terdapat variabel bebas yang berpengaruh nyata dalam model. Hipotesis yang digunakan untuk uji F adalah :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$$

$$H_1 : b_i \neq 0$$

Uji statistik yang digunakan dalam uji F yaitu :

$$F \text{ hitung} = \frac{JKR / (k - 1)}{JKG / (n - k)}$$

Keterangan :

JKR = jumlah kuadrat regresi

JKG = jumlah kuadrat galat

n = jumlah pengamatan

k = jumlah parameter dalam model regresi

Kriteria pengujian :

F tabel menggunakan tingkat signifikansi 5 %
Jika F hitung \geq F tabel maka H₀ ditolak dan H₁ diterima

Jika F hitung \leq F tabel maka H₀ diterima dan H₁ ditolak

Jika uji F diterima, maka digunakan uji t secara parsial

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Digunakan untuk mencari pengaruh variabel yang dijelaskan. Nilai R² berkisar antara nol sampai dengan satu. Semakin besar nilai R² (mendekati 100 %) semakin besar bagian pengamatan yang dapat diterangkan. Secara sistematis nilai R² dinyatakan dengan rumus :

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \times 100 \%$$

Keterangan :

J KR = Jumlah Kuadrat Regresi

JK T = Jumlah Kuadrat Total

3. Uji t

Uji t secara parsial digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh nyata. Digunakan rumus sebagai berikut :

$$T \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi

S_{b_i} = standar deviasi variabel

Hipotesis akan di uji :

$$H_0 ; b_i = 0$$

$$H_1 : b_i \neq 0$$

Kriteria pengujian :

T tabel menggunakan tingkat signifikansi 5 %
g \leq t tabel, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, artinya tidak ada pengaruh nyata dari variabel bebas yang diuji.

ng \geq t tabel, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya ada pengaruh nyata dari variabel bebas yang diuji.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan lebih dari 30 kuesioner. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa terdapat kuesioner yang tidak lengkap dalam pengisian responnya. Penentuan sampel terlebih dulu dilakukan dengan memastikan bahwa sampel adalah orang yang pernah menginap di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo.

Penyajian data mengenai identitas responden bertujuan untuk memberikan

gambaran tentang diri responden. Adapun gambaran tentang responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Berikut ini akan dibahas klasifikasi tentang gambaran diri responden tersebut.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

Lokasi wisata merupakan sebuah lokasi untuk berlibur atau menikmati alam sehingga memungkinkan bahwa konsumen yang ada di dalamnya bervariasi menurut jenis kelaminnya.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	22	73,33
Wanita	8	26,67
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer, 2015

Dari Tabel 3 diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 22 orang atau 73,33% dan berjenis kelamin wanita sebanyak 8 orang atau 26,67%. Berarti secara dominan responden berjenis kelamin pria sebanyak 22 orang atau 73,33%. Hal ini dikarenakan responden pria cenderung memiliki waktu lebih luang dibanding responden wanita.

2. Usia

Dengan variatifnya responden pengunjung Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan umur. Di sisi konsumen suatu produk, umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang atau jasa. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
14 – 23	3	10,00
24 – 33	10	33,33
34 – 43	5	16,67
44 – 53	9	30,00
54 – 63	3	10,00
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer, 2015

Dari Tabel 4 diketahui bahwa pengunjung terbanyak didominasi oleh usia 24-33 tahun yaitu sebanyak 10 orang atau 33,33% kemudian disusul dengan usia 44-53 tahun sebanyak 9 orang 30,00% rentang usia tersebut didominasi oleh pengunjung yang

telah bekerja baik sebagai wiraswasta maupun bekerja pada suatu instansi. Hasil pengamatan menunjukkan rentang usia tersebut mengunjungi agrowisata untuk mengadakan kegiatan berkumpul bersama keluarga atau mengadakan kegiatan perkumpulan lembaga.

Lokasi agrowisata yang berada di daerah sejuk dan terhindar dari polusi membuat pengunjung memilih tempat ini sebagai tempat untuk berkumpul bersama.

3. Pekerjaan

Pekerjaan seringkali mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengambil suatu keputusan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	13	43,33
Pegawai Swasta	7	23,33
Wiraswasta	4	13,33
Ibu Rumah Tangga	3	10,00
Pelajar / Mahasiswa	3	10,00
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer, 2015

Dari Tabel 5 diketahui bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 13 orang atau 43,33% kemudian diikuti dengan responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 7 orang atau 23,33%. Hal ini memberikan penjelasan bahwa profesi PNS dan pegawai swasta merupakan konsumen yang potensial bagi agrowisata. Konsumen dengan latar belakang pekerjaan ini pada umumnya memiliki waktu kerja yang cukup padat sehingga jika mempunyai kesempatan untuk melakukan wisata mereka biasanya memilih tempat wisata yang memiliki suasana tenang dan

dapat dikunjungi bersama-sama baik dengan keluarga maupun rekan kerja. Disamping untuk pemenuhan kebutuhan pribadi, responden dengan profesi ini juga mengunjungi agowisata dikarenakan adanya keperluan yang berhubungan dengan pekerjaan mereka, misalnya melakukan pertemuan atau melakukan rapat.

4. Pendapatan

Pendapatan dapat menjelaskan kemampuan seseorang kaitannya dengan perilaku untuk melakukan pengambilan keputusan. Tabulasi responden berdasarkan pendapatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah	Persentase (%)
< 500.000	5	16,67
500.001 – 1.000.000	2	6,67
1.000.001 – 1.500.000	3	10,00
1.500.001 – 2.000.000	4	13,33
> 2.000.000	16	53,33
Jumlah	30	100

Sumber ; Data Primer, 2015

Dari Tabel 6 diketahui bahwa responden sebagian besar mempunyai pendapatan lebih dari Rp 2.000.000 yaitu sebanyak 16 orang atau 53,33%. Pengunjung dengan pendapatan tersebut lebih mudah melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan wisata sesuai dengan keinginan. Diikuti dengan responden dengan pendapatan kurang dari Rp 500.000 sebanyak 5 orang atau 16,67%. Responden dengan pendapatan

ini merupakan responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga serta pelajar maupun mahasiswa yang kunjungannya biasanya dilakukan bersama keluarga ataupun rombongan sehingga dengan pendapatan tersebut mereka dapat melakukan pengambilan keputusan dengan memilih Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo sebagai tempat rekreasi.

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan seorang konsumen. Kelima dimensi tersebut yaitu, bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan

(*assurance*), dan empati (*empathy*). Penilaian yang digunakan adalah dengan menggunakan skala likert, yaitu: skor 3 (baik), skor 2 (cukup), dan skor 1 (kurang).

$$\text{Jarak} = \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah} = 3 - 1 = 2$$

$$\text{Interval} = \text{Jarak} / \text{banyaknya kelas} = 2 / 3 = 0,67$$

Tabel 7. Penilaian dan Kelas Interval

Kategori	Interval
Baik	$\geq 2,33$
Cukup	1,66 – 2,33
Kurang	$\leq 1,66$

Sumber: Analisis Data Primer, 2015

Tabel 8. Rerata Kepuasan Konsumen di Wisata Agro Kebun Teh Tambi

	Rerata Kepuasan Konsumen	Kategori
Frekuensi kunjungan	1,83	Cukup
Lamanya waktu berkunjung	2,90	Baik
Keinginan berkunjung kembali	2,80	Baik
Rencana mengajak teman	2,83	Baik
Keinginan mempromosikan agrowisata	2,97	Baik
Jumlah	13,33	
Rata-rata	2,67	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Frekuensi kunjungan memiliki pengaruh cukup terhadap kepuasan konsumen di Wisata Agro Tambi yaitu dengan nilai 1,83 yang menunjukkan bahwa banyaknya kunjungan yang dilakukan pelanggan tidak berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen. Lamanya waktu berkunjung mempunyai pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai 2,90 yang menunjukkan bahwa waktu yang disediakan dalam paket wisata sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Keinginan berkunjung kembali mempunyai pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 2,80 hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang merasa puas memiliki keinginan untuk mengunjungi agrowisata kembali.

Adanya rencana untuk mengajak teman mengunjungi Wisata Agro Tambi memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 2,83 hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas akan mengajak orang di sekitarnya untuk berkunjung ke Wisata Agro Tambi. Keinginan untuk mempromosikan agrowisata memiliki pengaruh yang baik terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 2,97 hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas akan membagikan pengalamannya ke orang-orang di sekitar mereka sehingga secara tidak langsung para pengunjung tersebut telah mempromosikan Wisata Agro Tambi.

Dari Tabel 8 diperoleh rata-rata skor kepuasan konsumen adalah 2,67 dan termasuk ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak agrowisata. Kepuasan konsumen dalam hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya minat para pengunjung untuk berkunjung kembali ke agrowisata. Selain itu, para pengunjung juga dengan senang hati

akan mempromosikan agrowisata tersebut ke orang lain. Agar para pengunjung dapat mempromosikan Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo kepada orang lain alangkah lebih baiknya jika setiap pengunjung Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo diberikan brosur dari agrowisata sehingga orang lain yang belum mengetahui Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo akan mendapat gambaran sehingga timbul rasa ingin tahu

untuk mengunjungi Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Pemberian brosur kepada setiap pengunjung Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo sebaiknya dilakukan saat pengunjung akan pulang untuk menghindari brosur tersebut tertinggal di agrowisata jika diberikan saat pengunjung datang. Jika brosur tersebut diberikan saat pulang kemungkinan brosur untuk disimpan lebih tinggi melihat penampilan brosur yang menarik.

Tabel 9. Rerata Bukti Fisik di Wisata Agro Tambi

	Rerata Bukti Fisik	Kategori
Ketersediaan akses jalan di agrowisata	2,47	Baik
Penampilan karyawan	2,97	Baik
Ketersediaan sarana pendukung	2,70	Baik
Keindahan panorama	2,87	Baik
Ketersediaan fasilitas <i>outbound</i>	2,47	Baik
Jumlah	13,48	
Rata-rata	2,70	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Ketersediaan akses jalan mempunyai pengaruh baik terhadap bukti fisik yaitu sebesar 2,47 hal ini menunjukkan bahwa akses jalan yang terdapat di agrowisata sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penampilan karyawan mempunyai pengaruh baik terhadap bukti fisik yaitu sebesar 2,97 hal ini menunjukkan bahwa karyawan agrowisata memperhatikan kebersihan maupun kerapian mereka dalam berpenampilan. Ketersediaan sarana pendukung mempunyai pengaruh yang baik terhadap bukti fisik yaitu sebesar 2,70 hal ini menunjukkan bahwa sarana pendukung berupa toilet maupun mushola sudah tersedia dan memadai bagi pengunjung. Keindahan panorama mempunyai pengaruh yang baik terhadap bukti fisik yaitu sebesar 2,87 hal ini menunjukkan bahwa keindahan panorama kebun teh membuat agrowisata menjadi lebih menarik perhatian pengunjung. Ketersediaan fasilitas *outbound* memiliki pengaruh yang baik yaitu sebesar 2,47 hal ini menunjukkan bahwa adanya fasilitas *outbound* dapat menambah daya tarik agrowisata.

Berdasarkan Tabel 9 dapat diperoleh hasil skor rata-rata bukti fisik adalah 2,70 dan termasuk kategori baik. Artinya tanggapan

responden menunjukkan pengakuan yang baik terhadap kondisi bukti fisik di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Rata-rata pengunjung menyukai suasana Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo yang masih alami dan berbeda. Berbeda dalam hal ini rata-rata dirasakan oleh pengunjung yang berasal dari kawasan perkotaan yang sudah jarang terdapat wisata alam di daerahnya. Pengakuan yang baik dari responden juga dapat ditunjukkan dengan adanya penilaian yang baik terhadap ketersediaan akses jalan yang baik, penampilan karyawan yang selalu rapi dan nyaman jika dilihat, serta adanya ketersediaan sarana pendukung seperti toilet yang mencukupi dan tempat ibadah yang bersih. Rata-rata pengunjung mengakui bahwa daya tarik terbesar dari Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo terletak pada pemandangan alamnya, keindahan pemandangan ini dapat lebih dinikmati pengunjung terutama jika dilakukan kegiatan *outbound* di tengah kebun teh, misalnya kegiatan *flying fox*.

Adanya pengakuan yang baik terhadap bukti fisik ini akan lebih didukung jika adanya pemasangan papan informasi tentang

denah serta papan penunjuk arah di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, hal ini dikarenakan rata-rata pengunjung kebingungan jika baru pertama kali berkunjung di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Pemasangan papan informasi ini akan membantu karena rata-rata pengunjung yang datang mempunyai jumlah yang banyak. Dari sekian banyak orang tersebut tentu akan mendapatkan tempat penginapan yang berbeda-beda, sehingga para pengunjung

memerlukan bantuan dari pegawai agrowisata untuk menuju kamar masing-masing.

Pemasangan papan denah ini akan sangat membantu jika pada hari tersebut terdapat jumlah kunjungan yang padat sehingga memerlukan bantuan pegawai agrowisata, yang di sisi lain mempunyai pekerjaan untuk menangani pengunjung yang lain. Dengan adanya pemasangan papan denah ini akan mempermudah baik pengunjung maupun pihak agrowisata jika situasi kunjungannya sedang padat.

Tabel 10. Rerata Kehandalan di Wisata Agro Tambi

	Rerata Kehandalan	Kategori
Kesesuaian layanan	2,73	Baik
Kecekatan pegawai	2,70	Baik
Sikap pegawai	2,93	Baik
Kemampuan <i>problem solving</i> pegawai	2,67	Baik
Kecakapan <i>tour guide</i>	2,93	Baik
Jumlah	13,96	
Rata-rata	2,79	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Kesesuaian layanan mempunyai pengaruh baik terhadap kehandalan yaitu sebesar 2,73 hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan pengunjung. Kecekatan pegawai mempunyai pengaruh yang baik terhadap kehandalan yaitu sebesar 2,70 hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan para pegawai cepat dan tepat. Sikap pegawai mempunyai pengaruh yang baik terhadap kehandalan yaitu sebesar 2,93 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai agrowisata mampu menunjukkan sikap yang baik terhadap pelanggan. Kemampuan *problem solving* karyawan mempunyai pengaruh yang baik terhadap kehandalan yaitu sebesar 2,67 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai dapat mengelola permasalahan yang ada di lingkup agrowisata. Kecakapan *tour guide* mempunyai pengaruh baik terhadap kehandalan yaitu sebesar 2,93 hal ini menunjukkan bahwa *tour guide* dapat menyampaikan informasi seputar agrowisata dan menanggapi pertanyaan pengunjung dengan baik.

Berdasarkan Tabel 10 dapat diperoleh skor rata-rata untuk kehandalan adalah 2,79 dan termasuk kategori baik. Hal ini dapat diartikan bahwa pengunjung mendapatkan pelayanan yang handal dari pegawai Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Kondisi tersebut didukung dengan adanya kesesuaian layanan yang diterima dengan yang ditawarkan, kecekatan pegawai, sikap pegawai yang ramah, kemampuan *problem solving* dari pegawai, dan kecakapan *tour guide* saat memandu pengunjung.

Beberapa alasan yang diungkapkan pengunjung mengenai kecekatan pegawai adalah waktu pelayanan tidak lebih dari lima menit, sehingga pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama untuk menerima pelayanan. Kemampuan *problem solving* yang dimiliki pegawai agrowisata juga dinilai baik. Hal ini ditunjukkan pada saat ada pengunjung yang memerlukan *extra bed* karena dirasa masih terlalu dingin dengan menggunakan satu kasur saja dengan segera pegawai agrowisata mencarikan kasur tersebut. Selain itu prosedur untuk melakukan

registrasi juga tidak terlalu berbelit-belit, untuk melakukan registrasi pengunjung hanya menyerahkan KTP serta biaya yang telah disepakati sebelumnya. Selanjutnya

resepsionis akan meenyerahkan kunci kamar yang telah dipesan oleh pengunjung. Waktu *check in* dimulai pukul 12.00 WIB dan waktu *check out* pada pukul 12.00 di hari berikutnya.

Tabel 11. Rerata Ketanggapan di Wisata Agro Tambi

	Rerata Ketanggapan	Kategori
Sikap dalam menghadapi keluhan	2,43	Baik
Kesiapan dalam membantu pelanggan	2,73	Baik
Kecepatan pelayanan	2,67	Baik
Kemauan membantu pelanggan	2,90	Baik
Kecekatan petugas lapangan	2,67	Baik
Jumlah	13,4	
Rata-rata	2,68	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Sikap dalam menghadapi keluhan mempunyai pengaruh yang baik terhadap ketanggapan yaitu sebesar 2,43 hal ini menunjukkan bahwa pegawai agrowisata dapat menanggapi keluhan pelanggan dengan sabar. Kesiapan dalam membantu pelanggan mempunyai pengaruh yang baik terhadap ketanggapan yaitu sebesar 2,73 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai dapat dengan segera membantu jika para pelanggan memerlukan bantuan. Kecepatan pelayanan mempunyai pengaruh baik terhadap ketanggapan yaitu sebesar 2,67 hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak memerlukan waktu yang lama untuk meminta bantuan. Kemauan membantu pelanggan mempunyai pengaruh baik terhadap ketanggapan yaitu sebesar 2,90 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai mempunyai rasai ingin membantu yang tinggi. Kecekatan petugas lapangan mempunyai pengaruh yang baik terhadap ketanggapan yaitu sebesar 2,67 hal ini menunjukkan bahwa petugas lapangan dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat.

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh rata-rata skor ketanggapan sebesar 2,68 dan

termasuk kategori baik. Artinya pengunjung memberikan respon yang baik terhadap ketanggapan dari pihak Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Hal ini ditunjukkan dengan sikap pegawai dalam menghadapi keluhan pengunjung, adanya kesiapan dalam membantu pelanggan, adanya pelayanan yang cepat, kemauan membantu pengunjung, dan kecekatan petugas yang ada di lapangan.

Sikap yang baik dan ramah tetap ditunjukkan oleh pegawai agrowisata saat menerima keluhan dari pengunjung, sehingga pengunjung tidak sungkan jika menyampaikan hal yang kurang berkenan bagi mereka terkait pelayanan di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Kesiapan dan kecepatan pelayanan dapat ditunjukkan saat konsumen memerlukan bantuan dari pegawai untuk sebuah pelayanan. Selain itu pegawai Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo juga tidak sungkan untuk membantu pengunjung tanpa diminta. Petugas yang berada di lapangan dapat membantu pengunjung yang membutuhkan bantuan dengan cekatan sehingga pengunjung tidak merasa terabaikan.

Tabel 12. Rerata Jaminan di Wisata Agro Tambi

	Rerata Jaminan	Kategori
Keramahan pegawai	2,97	Baik
Kesabaran dalam menghadapi keluhan	2,70	Baik
Kesabaran dalam menghadapi pertanyaan pengunjung	2,83	Baik
Jaminan keselamatan	2,93	Baik
Kenyamanan fasilitas	2,87	Baik
Jumlah	14,3	
Rata-rata	2,86	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Keramahan pegawai mempunyai pengaruh yang baik terhadap jaminan yaitu sebesar 2,97 hal ini menunjukkan bahwa pegawai agrowisata selalu menunjukkan sikap yang bersahabat terhadap pengunjung. Kesabaran dalam menghadapi keluhan mempunyai pengaruh yang baik terhadap jaminan yaitu sebesar 2,70 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai agrowisata dapat menerima atau menanggapi kritik dari pengunjung dengan baik. Kesabaran dalam menghadapi pertanyaan pengunjung mempunyai pengaruh yang baik terhadap jaminan yaitu sebesar 2,83 hal ini menunjukkan bahwa para pegawai agrowisata selalu berusaha untuk memenuhi rasa keingintahuan dari pengunjung. Jaminan keselamatan mempunyai pengaruh yang baik terhadap jaminan yaitu sebesar 2,93 hal ini menunjukkan bahwa adanya usaha dari pihak agrowisata untuk melindungi keselamatan pengunjung. Kenyamanan fasilitas mempunyai pengaruh yang baik terhadap jaminan yaitu sebesar 2,87 hal ini menunjukkan bahwa pihak agrowisata berusaha memberikan pelayanan terbaiknya sehingga pengunjung merasa nyaman.

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh skor rata-rata untuk jaminan adalah 2,86 yang termasuk kategori baik. Artinya, pengunjung menilai adanya jaminan yang baik dari pihak Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo kepada pengunjung. Hal ini didukung oleh adanya sikap pegawai yang ramah dan sabar

kepada pengunjung, adanya jaminan keselamatan dan kenyamanan fasilitas yang terdapat di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo.

Keramahan pegawai agrowisata terlihat dari ekspresi yang ditunjukkan saat bertemu dengan pengunjung, sehingga pengunjung merasa dihargai oleh pegawai agrowisata. Selain itu pihak agrowisata juga menjamin keselamatan pengunjung dan keamanan barang-barang yang dibawa oleh pengunjung. Bukti bahwa agrowisata menjamin keselamatan pengunjung adalah dilakukannya pengarahan saat pengunjung akan menuju kebun atau pabrik. Sebelum memasuki kebun atau pabrik para pengunjung diberi pengarahan dan diharuskan untuk berhati-hati saat memasuki kebun dikarenakan medan yang berbukit dan cukup curam, selain itu pengunjung juga harus sedikit bersiap saat memasuki pabrik dikarenakan suara bising dari mesin-mesin pabrik.

Keamanan barang-barang pengunjung dapat terjaga, hal ini pernah terjadi saat ada salah satu pengunjung dari rombongan Semarang yang secara tidak sengaja meninggalkan tas barang bawaanya. Hal selanjutnya yang dilakukan pihak agrowisata adalah mengontak ketua rombongan tersebut perihal adanya barang yang tertinggal. Di sisi lain, selama penelitian yang dilakukan tidak pernah ada keluhan tentang kehilangan barang bawaan oleh para pengunjung

Tabel 13. Rerata Empati di Wisata Agro Tambi

	Rerata Empati	Kategori
Memahami harapan dan kebutuhan pengunjung	2,83	Baik
Mengerti akan keinginan pengunjung	2,60	Baik
Rasa peduli yang tinggi	2,87	Baik
Kesesuaian waktu kunjungan	2,83	Baik
Adanya pengetahuan tambahan	2,87	Baik
Jumlah	14,00	
Rata-rata	2,80	Baik

Sumber : Data Primer, 2015

Memahami harapan dan kebutuhan pengunjung mempunyai pengaruh yang baik terhadap empati yaitu sebesar 2,83 hal ini menunjukkan bahwa adanya upaya dari pihak agrowisata untuk memenuhi hal yang diperlukan pengunjung dalam agrowisata. Mengerti akan keinginan pengunjung mempunyai pengaruh yang baik terhadap empati yaitu sebesar 2,60 hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pihak agrowisata telah sesuai dengan keinginan pengunjung. Rasa peduli yang tinggi mempunyai pengaruh baik terhadap empati yaitu sebesar 2,87 hal ini menunjukkan bahwa adanya kepedulian dari pihak agrowisata terhadap pengunjung. Kesesuaian waktu kunjungan mempunyai pengaruh baik terhadap empati yaitu sebesar 2,83 hal ini menunjukkan bahwa waktu yang diberikan untuk berkunjung sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Adanya pengetahuan tambahan mempunyai pengaruh baik terhadap empati yaitu sebesar 2,87 hal ini menunjukkan bahwa selain paket wisata yang didapatkan para pengunjung juga mendapatkan wawasan baru terutama seputar teh.

Berdasarkan Tabel 13 diperoleh skor untuk empati sebesar 2,80 yang termasuk kategori baik. Artinya ada respon yang positif

Hasil Analisis

Kepuasan konsumen di dalam penelitian ini berperan sebagai variabel terikat yang diduga dipengaruhi oleh variabel bebas

dari pengunjung terhadap empati yang diberikan pegawai Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo terhadap pengunjung. Hal ini ditunjukkan dengan rasa kepedulian dari pihak agrowisata dengan menanyakan apa yang diperlukan pengunjung. Selain itu, pihak agrowisata juga peduli dengan apa yang didapatkan pengunjung setelah berkunjung ke Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, hal ini ditunjukkan dengan selain memberikan hiburan kepada pengunjung dengan fasilitas di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo, pihak agrowisata juga memberikan pengetahuan tentang teh hingga pengolahannya. Jadi, selain untuk berwisata pengunjung juga melakukan kegiatan edukasi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengunjung.

Empati ini dapat lebih ditunjang jika pihak agrowisata menanyakan secara personal kepada pengunjung tentang apa saja yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kualitas pelayanan, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan angket kepada masing-masing pengunjung tentang kritik dan saran pada Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo serta kesediaan untuk berkunjung kembali dan mempromosikan Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo

yaitu bukti fisik , kehandalan , ketanggapan , jaminan , dan empati. Berikut merupakan hasil analisis dengan menggunakan *software* Shazam.

Tabel 14. Hasil analisis uji nilai F pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
Regression	18.810	5	3.7620		
Error	14.390	24	0.59957	6.275	0.001
Total	33.200	29	1.1448		

Sumber : Analisis Data Primer, 2015

Dari Tabel 14 tersebut didapat F-hitung sebesar 6.275 dengan tingkat signifikan 0.001. Oleh karena lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa hasil uji secara

bersama-sama terdapat variabel yang berpengaruh nyata, sehingga dapat dikatakan model diterima.

Tabel 15. Hasil analisis koefisien determinasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0.5666	0.4763	0.77432

Sumber : Analisis Data Primer,2015

Berdasarkan Tabel 15 didapatkan R² sebesar 0.5666. Hal ini berarti 56,66% kepuasan konsumen di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo dapat dijelaskan oleh

bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan,dan empati. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 16. Analisis regresi linier berganda pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Variable Name	Estm Coeff.	Std Error	T-Ratio 24 DF	P-Value	Partial Corr.	Std Coeff.	Elasticity at Means
Bukti Fisik	0.38516	0.1460	2.639	0.014*	0.474	0.5397	0.3909
Kehandalan	0.21339	0.1460	1.461	0.157	0.286	0.3146	0.2203
Ketanggapan	-0.32697	0.1406	-2.326	0.029*	0.429	-0.4366	-0.3319
Jaminan	0.97259E-01	0.1622	0.5996	0.554	0.121	0.1143	0.1035
Empati	0.16210	0.1357	1.195	0.244	0.237	0.2521	0.1657
Constant	6.0485	1.812	3.337	0.003	0.563	0.0000	0.4514

*= signifikan pada taraf kepercayaan 0,05

Berdasarkan Tabel 16 dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen adalah variabel bukti fisik dan ketanggapan, sedangkan ketiga variabel lainnya yaitu kehandalan, jaminan, dan empati tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo.

1. Bukti Fisik

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 16 diperoleh nilai t untuk variabel bukti fisik sebesar 2,639 dengan nilai signifikansi 0,014. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh nyata dan bernilai positif

terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Hal ini ditunjukkan ketersediaan akses jalan di agrowisata yang dinilai baik oleh pengunjung, penampilan karyawan yang selalu terlihat rapi dan pembawaannya yang menyenangkan, ketersediaan sarana pendukung seperti toilet dan tempat ibadah yang bersih, keindahan panorama yang berbeda dengan tempat wisata lain, serta ketersediaan fasilitas *outbound* yang menjadi nilai tambah karena selain menikmati panorama pengunjung dapat melakukan kegiatan yang menyenangkan di antara pemandangan yang indah, hal tersebut dapat membentuk kepuasan konsumen

sehingga akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Keandalan

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 16 diperoleh nilai t untuk variabel keandalan sebesar 1,461 dengan nilai signifikansi 0,157. Dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa keandalan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Dimana kesesuaian layanan antara yang ditawarkan dan diterima pengunjung, kecekatan pegawai dalam memberikan pelayanan, sikap pegawai dalam menghadapi pengunjung, kemampuan *problem solving* pegawai jika terdapat ketidaknyamanan pada pengunjung saat berada di agrowisata, kecakapan *tour guide* tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dapat diartikan bahwa meskipun variabel keandalan meningkat maka tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun tidak mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi variabel keandalan memiliki tingkat kepuasan yang baik sebagaimana tersaji pada Tabel 10.

3. Ketanggapan

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 16 diperoleh nilai t untuk variabel ketanggapan sebesar -2,236 dengan nilai signifikansi 0,029. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh nyata namun bernilai negatif terhadap kepuasan konsumen Agrowisata Kebun Teh Tambi Wonosobo. Dimana cara pegawai menjaga sikap dalam menghadapi keluhan, kesiapan dalam membantu pengunjung jika dibutuhkan dalam keadaan mendadak, kecepatan pelayanan sehingga pengunjung tidak perlu menunggu lama, kemauan membantu pengunjung dengan segera, dan kecekatan petugas lapangan dalam membantu pengunjung. Karena bernilai negatif, maka peningkatan variabel ketanggapan akan mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Nilai ketanggapan yang berpengaruh nyata namun bernilai negatif dapat diartikan bahwa ketanggapan dari

karyawan ini muncul setelah adanya keluhan dari pengunjung. Adanya keluhan dari pengunjung ini membuat pihak agrowisata untuk memperbaiki variabel ketanggapan sehingga tercapai kepuasan konsumen yang akan meningkatkan jumlah kunjungan agrowisata.

4. Jaminan

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 16 diperoleh nilai t untuk variabel jaminan sebesar 0,5996 dengan nilai signifikansi 0,554. Dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa jaminan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Dimana keramahan pegawai dalam menghadapi pengunjung, kesabaran dan sikap dalam menghadapi keluhan, kesabaran dalam menghadapi pertanyaan pengunjung, jaminan keselamatan akan diri sendiri maupun barang yang dibawa, dan kenyamanan fasilitas tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dapat diartikan bahwa meskipun variabel jaminan meningkat maka tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun tidak mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi variabel jaminan memiliki tingkat kepuasan yang baik sebagaimana tersaji pada Tabel 12.

5. Empati

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 16 diperoleh nilai t untuk variabel empati sebesar 1,195 dengan nilai signifikansi 0,237. Dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa empati tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Dimana memahami harapan dan kebutuhan pengunjung, mengerti akan keinginan pengunjung, rasa peduli terhadap pengunjung yang tinggi, kesesuaian waktu kunjungan dengan yang diharapkan, adanya pengetahuan tambahan yang diberikan pihak agrowisata seputar teh dan pengolahannya tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dapat diartikan bahwa meskipun variabel empati meningkat maka tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

yang akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun tidak mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi variabel empati memiliki tingkat kepuasan yang baik sebagaimana tersaji pada Tabel 13.

KESIMPULAN

Dari penelitian di Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen adalah bukti fisik dan ketanggapan. Variabel bukti fisik berpengaruh nyata dan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen, jika variabel bukti fisik meningkat maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Variabel ketanggapan berpengaruh nyata dan bernilai negatif terhadap kepuasan konsumen, jika variabel ketanggapan meningkat maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan.

1. Variabel yang tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen adalah kehandalan, jaminan, dan empati. Meskipun tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, namun variabel kehandalan, jaminan, dan empati mempunyai rerata penilaian yang baik dari pengunjung.
2. Rata – rata puncak kunjungan wisata terjadi pada bulan Juni dan Desember yang merupakan puncak liburan sekolah
3. Paket *guest rooms* atau penginapan paling banyak diminati oleh pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Amalina, Camelia Hanifah. 2010. “Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Ritel Modern”. (S1 Program Studi Psikologi). Surakarta : Universitas Negeri Surakarta. <http://core.ac.uk>, diakses pada tanggal 9 Februari 2015

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei—Agus 2010, hlm.

114-126 Volume 17, Nomor 2 <http://journal.ui.ac.id>, diakses pada tanggal 9 Februari 2015

Effendi, Sofian dan Tukiran .2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES

Hardiyati, Ratih. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran”.(S1 Program Studi Sarjana Ekonomi). Semarang: Universitas

Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id>, diakses pada tanggal 6 Januari 2015

Hutasoit, C.S.2011. *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Magnascript

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (Penerjemah : Alexander Sindoro, Editor : Benyamin Molan). 1997. *Dasar-dasar Manajemen “Principle of Marketing 7e”*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid. Jakarta : Prenhallindo.

_____. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.)*(Benyamin Molan, Penerjemah). Jakarta: PT. Indeks.

Kresnamurti, Agung R.P dan Dian Siskawati Sinambela. 2011. “Analisis Kualitas Pelayanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan”(Survei pada pengunjung Snowbay Waterpark TMII). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 2. No. 2. <http://www.jrmsi.com> , diakses pada tanggal 6 Januari 2015

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa : Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat

Republik Indonesia. Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: 204/KPTS/30HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 Tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro. Jakarta

Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol. 3, No. 1, 2012. <http://www.jrmsi.com> , diakses pada tanggal 10 Januari 2015

Sekretariat Direktorat Jendral Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. 2013. "Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah (LAKIP)". Jakarta

Sriwidodo, Untung dan Rully Tri Indriastuti. 2010. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap

Kepuasan Nasabah". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 10, No. 2, Oktober 2010 : 164 – 173. <http://download.portalgaruda.org> , diakses pada tanggal 10 Januari 2015

Surakmad, Winarno. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah. Dasar, Metode, dan Teknik. Edisi Kedelapan*. Bandung: Tarsito.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi Offset