

Analisis Kepuasan Pengunjung di Agrowisata Lembah Asri Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga

M. Ihya Ulumudin¹, Irene Kartika Eka Wijayanti^{1*}, Tatang Widjojoko¹, dan Muhamad Solekan¹

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Jenderal Soedirman,
Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

*E-mail: Irene.wijayanti@unsoed.ac.id (corresponding author)

Abstrak

Agrowisata Lembah Asri Serang, menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan ketika berkunjung ke Purbalingga. Pengunjung yang berwisata ke Agrowisata Lembah Asri Serang tentunya ingin mendapatkan kepuasan setelah melakukan kunjungan. Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis karakteristik pengunjung di Agrowisata Lembah Asri Serang. (2) menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap sistem pelayanan dan fasilitas di Agrowisata Lembah Asri Serang. (3) menganalisis atribut kepuasan pengunjung di Agrowisata Lembah Asri Serang. Teknik pengambilan sampel melalui accidental sampling dengan jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 80 responden. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis customer satisfaction index (CSI), dan importance performance analysis (IPA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga yaitu mayoritas masyarakat yang berjenis kelamin perempuan, berusia 28-37 tahun, memiliki pendidikan akhir S1, memiliki pekerjaan pegawai swasta, dan memiliki pendapatan >Rp2.500.000,00-Rp4.000.000,00. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 76,75 persen yang berarti indeks kepuasan pengunjung berada pada kriteria puas. Atribut yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi memiliki kinerja yang kurang memuaskan yaitu ketersediaan toilet, kejelasan informasi dalam promosi, keamanan menggunakan fasilitas agrowisata, dan kersedianya tempat pengaduan pengunjung. Atribut yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang memuaskan yaitu harga tiket masuk terjangkau, kebersihan lingkungan, kerapian penampilan karyawan, keindahan, penjelasan informasi sesuai keadaan di lapangan, kegiatan wisata beragam, promosi, kecepatan pegawai dalam melayani, ketanggapan pegawai dalam menghadapi keluhan, jumlah pegawai mencukupi, keamanan lokasi, dan kemudahan akses menuju kawasan agrowisata. Atribut yang dianggap kurang penting dan memiliki kinerja kurang memuaskan yaitu kesiapan pegawai membantu pengunjung, pengetahuan pegawai menjelaskan agrowisata, dan kemudahan pihak agrowisata dihubungi pengunjung. Atribut yang dianggap kurang namun memiliki kinerja memuaskan yaitu fasilitas lengkap, area parkir luas, ketepatan waktu pelayanan, inisiatif pegawai tinggi, dan sikap pegawai sopan dan ramah.

Kata kunci: Agrowisata; CSI; IPA; Kepuasan Pengunjung; dan Lembah Asri

1. Pendahuluan

Berwisata merupakan kebutuhan seluruh kalangan masyarakat. Banyak opsi yang tersedia, mulai dari wisata bahari, wisata budaya, wisata buru, wisata cagar alam, wisata konvensi, wisata ziarah, hingga wisata pertanian. Namun dari banyaknya opsi wisata yang ada, wisata pertanian menjadi yang paling populer akhir-akhir ini. Agrowisata atau wisata pertanian didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas, pengetahuan, pemahaman, pengalaman dan rekreasi di bidang petanian [1]. Hal ini menunjukkan bahwa Agrowisata bukan saja menawarkan produk hasil-hasil pertanian kepada pengunjung, tetapi juga menawarkan jasa untuk membuat pengunjung merasa puas dan terhibur bahkan dapat memiliki kemampuan untuk lebih memahami lagi tentang sektor pertanian.

Dukungan fasilitas sarana & prasarana yang menunjang kegiatan Agrowisata yang mengedepankan kekhasan lokal dan alami tetapi mampu memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan. Fasilitas ini dapat berupa fasilitas transportasi & akomodasi, telekomunikasi, maupun fasilitas lain yang dikembangkan sesuai dengan jenis Agrowisata yang dikembangkan. Fasilitas yang harus ada di agrowisata terdiri dari 13 indikator yakni pusat informasi, loket karcis, pos kesehatan, pintu gerbang, gazebo, kantor pengelola, pos keamanan, musholla, rumah makan, toilet, tempat parkir, papan informasi, dan lampu taman. Fasilitas penunjang yang harus ada dalam agrowisata terdiri dari 5

indikator yakni toko cinderamata, tempat makan, tempat parkir, papan petunjuk arah atau peta, dan gapura. Fasilitas penunjang dalam agrowisata terdiri dari 7 indikator yakni bangunan masjid, tempat sampah, penginapan, gedung pengelola, bangunan klinik, bangunan penyortiran buah, dan gudang pupuk [2].

Dewasa ini khususnya di wilayah Indonesia banyak dijumpai tempat wisata alam terbuka dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki. Namun konsep pengembangan Agrowisata di Indonesia belum berkembang baik, sehingga obyek yang ditawarkan cenderung monoton sehingga pengelolaan desa wisata dituntut untuk mengembangkan obyek agar lebih menarik. Agrowisata Lembah Asri Serang merupakan salah satu obyek wisata di Indonesia yang mengutamakan aspek pertanian untuk dikembangkan menjadi tempat wisata. Agrowisata Lembah Asri Serang terletak di Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Agrowisata Lembah Asri Serang, menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan ketika berkunjung ke Purbalingga. Lokasinya yang terletak di lereng Gunung Slamet menjadikan suasana di desa tersebut masih sangat asri sehingga wisatawan dapat menikmati udara sejuk pegunungan dan beristirahat sejenak dari ramainya perkotaan. Tanah yang subur juga mendukung sektor pertanian di desa tersebut sebagai penghasil sayur mayur dan buah buahan, dengan daya tarik yang dimiliki, Agrowisata Lembah Asri Serang berada di posisi kedua dari 10 destinasi wisata di Kabupaten Purbalingga dengan kunjungan terbanyak pada tahun 2020 yaitu sebanyak 301.691 wisatawan dari jumlah total kunjungan ke purbalingga 1.387.912 wisatawan. Tabel 1 menunjukkan jumlah pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Tahun 2018-2021

Bulan	Tahun/Fluktuasi					
	2019	%	2020	%	2021	%
Januari	24.084		29.902		59.582	
Februari	15.501	-35.64	13.928	-53.42	26.991	-54.70
Maret	17.328	11.79	8.322	-40.25	44.286	64.68
April	24.558	41.72	-	-	36.044	-18.61
Mei	9.368	-61.85	177	-	106.894	196.57
Juni	80.395	758.19	30.186	-82.95	53.712	-49.75
Juli	28.400	-64.67	36.675	21.50	371	-590.72
Agustus	15.962	-43.80	50.961	38.95	24.325	93.44
September	24.486	53.40	35.334	-30.66	7.050	-71.02
Oktober	22.056	-9.92	32.483	-8.07	-	-
November	21.489	-2.57	33.170	2.11	29.388	-
Desember	43.247	101.25	30.553	-7.89	53.545	82.20
Jumlah	326.874		301.691		442.188	
Rata-rata	27.239		25.140		36.849	

Berdasarkan Tabel 1, Rata-rata jumlah pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang di tahun 2019 mencapai 27.239 ribu pengunjung, di tahun 2020 mencapai 25.140 ribu pengunjung dan di tahun 2021 mencapai 36.849 ribu pengunjung, sehingga bisa dipastikan bahwa Agrowisata Lembah Asri Serang dapat meningkatkan kondisi perekonomian daerah sekitarnya. Pengunjung bisa membeli souvenir, makanan, minuman, ataupun jasa masyarakat sekitar lokawisata. Selain itu, Agrowisata Lembah Asri juga dikenal dengan adanya wisata petik buah di kebun stroberi. Pada tahun 2021 hanya 40 orang yang menanam stroberi di Desa Serang, sedangkan pada tahun 2020 sebanyak 110 orang. Sebagian besar petani

bebas beralih ke komoditas atau pekerjaan lain, sebagai dampak dari pandemi covid yang menyebabkan penyakit sosial [3].

Agrowisata Lembah Asri Serang dihadapkan pada tantangan bagaimana pengelola wisata untuk dapat menarik hati para wisatawan agar mau berkunjung. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh industri agrowisata adalah kurangnya infrastruktur. Infrastruktur yang kurang memadai seperti jalan yang rusak dan minimnya transportasi umum membuat wisatawan sulit untuk mencapai lokasi agrowisata. Selain itu, kurangnya promosi juga menjadi tantangan bagi industri agrowisata. Promosi yang kurang memadai membuat wisatawan tidak mengetahui tentang keberadaan agrowisata dan produk yang ditawarkan. Hal ini penting dilakukan karena sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa, pengunjung merupakan tolak ukur yang paling penting dalam keberlangsungan usahanya, sehingga perlu dilakukan suatu penelitian kepuasan konsumen untuk mengetahui respon pengunjung melalui analisis kepuasan konsumen.

Pengunjung yang berwisata ke Agrowisata Lembah Asri Serang tentunya ingin mendapatkan perjalanan yang mengesankan, pengalaman baru serta memiliki harapan seperti bertambahnya pengetahuan mengenai dunia pertanian. Harapan yang ada dalam benak pengunjung jika dibandingkan dengan apa yang dirasakannya setelah mengunjungi Agrowisata Lembah Asri Serang sesuai maka pengunjung akan merasakan puas [4]. Pelayanan yang diberikan oleh pengelola kawasan wisata serta fasilitas sarana dan prasarana yang ada merupakan penentu dari kepuasan pengunjung, karena kedua unsur tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung [5]. Pelayanan yang diberikan merupakan unsur jasa yang harus disediakan oleh pengelola sebagai jasa kawasan wisata. Sementara fasilitas sarana dan prasarana yang ada merupakan sebuah produk yang dinikmati oleh pengunjung selaku konsumen secara langsung oleh pengunjung di Kawasan Agrowisata. Pelayanan yang diberikan oleh pengelola kawasan Agrowisata Lembah Asri Serang jika berjalan dengan baik tentunya akan mendorong tingkat kepuasan pengunjung.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan [6]. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Ketika konsumen merasa puas akan jasa yang ditawarkan maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberi tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Evaluasi terhadap fasilitas sarana dan prasarana serta kinerja pelayanan dari pengelola sebuah tempat wisata sangat diperlukan. Pengukuran tersebut bertujuan untuk mengetahui dimensi-dimensi mana saja terdapat rasa puas atau tidak puas. Pengetahuan tentang tingkat kepuasan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola untuk peningkatan kualitas pelayanan dan merencanakan perubahan ataupun perbaikan fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh pengunjung agar dapat berdampak pada meningkatnya jumlah pengunjung.

Survei pendahuluan yang dilakukan di Agrowisata Lembah Asri Serang mendapat beberapa tanggapan positif dan negatif. Tanggapan positif pengunjung seperti lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh kendaraan kecil maupun besar, tersedia *foodcourt* yang bersih dan rapi, jalan yang bagus serta udara yang dingin sehingga menimbulkan kenyamanan wisatawan saat berwisata. Tanggapan negatif pengunjung seperti kurang beragamnya aktivitas dan atraksi wisata di Kawasan wisatanya. Selain melakukan wawancara langsung terhadap pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang, peneliti juga melakukan pencarian di *google review* mengenai tanggapan pengunjung yang pernah datang ke Agrowisata

Lembah Asri Serang. Berdasarkan komentar pengunjung pada *google review* beberapa pengunjung yang pernah datang memberikan keluhan mengenai fasilitas mushola supaya diperluas dan harga untuk *cottage* terlalu mahal dan tidak sebanding fasilitas yang tersedia. Selain itu terdapat keluhan lain yaitu tempat parkir yang masih bebatuan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Menganalisis karakteristik pengunjung di Agrowisata Lembah Asri Serang.
- b. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap sistem pelayanan dan fasilitas di Agrowisata Lembah Asri Serang.
- c. Menganalisis atribut kepuasan pengunjung di Agrowisata Lembah Asri Serang

2. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Lembah Asri Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Waktu penelitian dilaksanakan pada Bulan April 2023. Metode penelitian yang digunakan dalam ini menggunakan adalah Metode survey. Obyek penelitian ini adalah para pengunjung dan pengelola Agrowisata Lembah Asri Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, dengan kriteria berumur lebih dari 17 tahun dan sedang berada di dalam kawasan desa wisata. Berdasarkan hasil penentuan jumlah sampel, diperoleh jumlah 80 responden yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis CSI merupakan analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut produk dan jasa. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur sejauh mana konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan saat ini berdasarkan indikator tertentu [7]. CSI membantu peneliti mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen secara komprehensif berdasarkan kinerja yang dirasakan dan harapan yang diinginkan [8]. Kepuasan pelanggan diukur dari sudut pandang konsumen terhadap kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan mereka. Jika harapan tersebut terpenuhi atau bahkan terlampaui, maka kepuasan konsumen akan tercapai [9].

Untuk mengetahui besarnya CSI harus melakukan langkah-langkah sebagai berikut [10]:

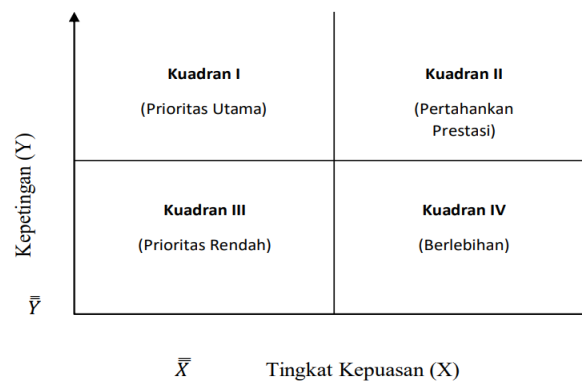
- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel
- Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel
- Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut.
- Membuat *Weight Score* (WSk) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara Wfk dengan MSSk.
- Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).
- Perhitungan CSI dapat dilakukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut [11]:

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\%$$

b. Importance Performance Analysis (IPA)

IPA adalah metode yang berguna untuk menentukan kebijakan dan strategi yang efektif berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan suatu atribut [8]. Metode ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi indikator yang penting dan harus dimiliki oleh sebuah bisnis guna mencapai kepuasan konsumennya [10]. IPA dapat memetakan persepsi pelanggan tentang pentingnya dan efektivitas dari perspektif layanan. Metode IPA ini dapat digunakan untuk

mengidentifikasi layanan yang perlu perbaikan demi mempertahankan kepuasan pelanggan dengan hasil yang mudah dipahami dan biaya yang minim yang biasanya dipetakan dalam bentuk diagram yang dinamakan diagram kartesius [12].



Gambar 1. Diagram Kartesius

• Kuadran I

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan setara diharapkan pelanggan akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan perfoma yang masuk pada kuadran ini.

• Kuadran II

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan pelanggan sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

• Kuadran III

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau tingkat aktual yang rendah atau tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih terhadap faktor-faktor tersebut.

• Kuadran IV

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu dianggap oleh perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi.

3. Hasil dan pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang, Purbalingga sebanyak 80 responden. Pengumpulan data responden melalui kuesioner yang diberikan kepada responden pada saat melakukan kunjungan ke Agrowisata Lembah Asri Serang, Purbalingga. Karakteristik responden dalam penelitian ini menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Karakteristik responden tersaji pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui sebagian besar pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga berjenis kelamin perempuan. Jumlah pengunjung perempuan yaitu sebanyak 52 orang atau 65 persen, sedangkan pengunjung laki-laki sebanyak 28 orang atau 35 persen. Responden yang berkunjung untuk berwisata di destinasi wisata sebagian besar merupakan perempuan, hal ini dikarenakan perempuan lebih cenderung mudah naik-turun suasana hatinya, sehingga membutuhkan suasana baru untuk memperbaiki suasana hati yang tidak baik serta menghilangkan kebosanan [13].

Sebagian besar pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga berada pada rentang usia 28-37 tahun. Kelompok umur ini masuk kedalam kelompok umur dewasa lanjut (25-35 tahun) dan paruh baya (36-50 tahun) dan orang tua, sehingga cenderung berpikir rasional di dalam mengambil keputusan. Perilaku pengunjung merupakan hal yang

penting, dikarenakan pengunjung yang berbeda usia akan menyikapi produk atau jasa dengan cara yang berbeda pula. Perbedaan pengunjung akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Item	Jumlah orang	%
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	28	35
	Perempuan	52	65
2	Usia (Tahun)		
	18-27	24	30
	28-37	32	40
	38-47	16	20
	48-57	6	7,50
	>57	2	2,50
3	Pendidikan		
	SMP	7	8,75
	SMA	26	32,50
	D3	16	20
	S1	30	37,50
	S2	1	1,25
4	Jenis Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	6	7,50
	Pelajar/Mahasiswa	10	12,50
	Pegawai Negeri	13	16,25
	Pegawai Swasta	29	36,25
	Wiraswasta	12	15,00
5	Pendapatan (Rp/bulan)		
	<Rp1.000.000,00	16	20,00
	>Rp1.000.000,00-Rp2.500.000,00	15	18,75
	>Rp2.500.000,00-Rp4.000.000,00	22	27,50
	>Rp4.000.000,00-Rp5.500.000,00	12	15,00
	>Rp5.500.000,00-Rp7.000.000,00	11	13,75
	>Rp7.000.000,00	4	5,00

Sebagian besar pendidikan responden yaitu Sarjana atau S1 sebanyak 37,5 persen. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang, dan persepsi terhadap suatu masalah. Pengunjung yang memiliki pendidikan lebih tinggi memiliki daya serap yang lebih baik dibandingkan dengan tingkat pendidikan dibawahnya, dikarenakan semakin tinggi jenjang pendidikan yang dilalui oleh seseorang akan menambahkan ilmu dan pengalaman yang mereka dapat.

Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memiliki pekerjaan yang menunjang penghasilan dan berpengaruh terhadap kunjungan wisata. Pekerjaan

seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Perbedaan pekerjaan akan menyebabkan perbedaan kebutuhan pula akan suatu barang dan jasa. Hal tersebut menyebabkan pemasar dapat melakukan spesifikasi barang atau jasa yang dijualnya berdasarkan karakteristik pekerjaan pengunjung [14].

Mayoritas responden memiliki pendapatan >Rp2.500.000,00-Rp4.000.000,00 per bulan. Jumlah pendapatan akan mempengaruhi besar kecilnya daya beli dari seorang konsumen [15]. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beraneka ragam kebutuhannya, begitu pun sebaliknya. Besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi daya beli pengunjung yang dapat dibeli dalam kunjungan di desa wisata Lembah Asri Serang, Purbalingga.

3.2. Perilaku Pengunjung

Perilaku pengunjung diartikan sebagai interaksi yang dinamis mengenai perasaan, kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana individu melakukan pertukaran dalam berbagai aspek di dalam kehidupannya [16]. Hasil analisis perilaku pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga dapat dilihat pada uraian berikut:

a. Alasan Kunjungan

Hasil analisis alasan kunjungan oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga tersaji pada Tabel 3.

Tabel 3. Alasan Kunjungan Responden

No	Alasan Kunjungan	Jumlah (orang)	%
1	Harga tiket yang murah	11	13,75
2	Dekat dengan tempat tinggal	5	6,25
3	Liburan	52	65,00
4	Promo yang menarik	7	8,75
5	Koleksi tanaman yang lengkap	5	6,25
Jumlah		80	100,00

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa sebagian besar alasan pengunjung melakukan kunjungan ke Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga yaitu untuk liburan. Saat musim libur atau hari raya pengunjung sangat antusias untuk mengunjungi tempat wisata [17]. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beragam alasan yang memotivasi pengunjung dalam melakukan kunjungan ke Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga. Adapun tujuan kunjungan bermacam-macam yang tersaji pada Tabel 4.

Tabel 4. Tujuan kunjungan responden

No	Tujuan Kunjungan	Jumlah (orang)	%
1	Liburan	25	31,25
2	Bermain outbond	12	15,00
3	Menikmati pemandangan	30	37,50
4	Memetik buah-buahan	10	12,50
5	Event	3	3,75
Jumlah		80	100,00

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa sebagian besar tujuan pengunjung melakukan kunjungan ke Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga yaitu untuk menikmati pemandangan dengan total persentase sebanyak 37,50 persen. Daya tarik agrowisata yang memanfaatkan alam dengan suasana yang jauh dari perkotaan menjadi alternatif yang dipilih mengisi waktu libur sekaligus dapat dijadikan tempat untuk belajar [18].

b. Pencarian Informasi

Pengunjung seringkali mencari informasi mengenai suatu produk atau jasa setelah mengenali kebutuhan mereka. Proses ini disebut pencarian informasi. Informasi yang dikumpulkan pengunjung nantinya akan dikembangkan menjadi suatu kumpulan pilihan atau kumpulan pertimbangan suatu produk atau jasa untuk dibeli [19]. Hasil analisis sumber informasi pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga tersaji dalam Tabel 5.

Tabel 5. Sumber informasi

No	Sumber Informasi	Jumlah (orang)	%
1	Sosial Media	45	56,25
2	Televisi	2	2,50
3	Orang lain	21	26,25
4	Lainnya	12	15,00
Jumlah		80	100,00

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa sebagian besar responden atau sebanyak 56,25 persen memperoleh informasi mengenai Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga dari sosial media. Sosial media atau internet yang menjadi sumber informasi konsumen, yaitu *facebook*, *website*, dan *google maps*. Sumber informasi tertinggi kedua yaitu berasal dari orang lain. Informasi yang diperoleh dari teman dan keluarga bersifat *word of mouth* (mulut ke mulut). Sedangkan sumber informasi paling rendah yaitu televisi. Media sosial merupakan jenis media yang lebih sering digunakan untuk membaca atau mencari informasi mengenai pariwisata dibandingkan media cetak [20]. Informasi yang diperoleh dari media sosial sejalan dengan intensitas penggunaan internet yang tinggi pada saat ini. Pada masa ini hampir semua orang tidak dapat lepas dari koneksi internet, ditambah dengan kemunculan *smartphone* yang semakin canggih.

c. Jumlah Kunjungan

Kunjungan merupakan langkah setelah evaluasi alternatif. Langkah ini merupakan tahapan pengunjung memutuskan untuk memilih produk atau jasa yang memenuhi kebutuhannya [21]. Tahapan keputusan pengunjung digambarkan sebagai respon pengunjung yang terdiri dari keputusan, waktu, dan banyaknya kunjungan. Hasil analisis jumlah kunjungan selama dua tahun terakhir oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga tersaji dalam Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Kunjungan Responden Selama 2 Tahun Terakhir

No	Banyaknya Kunjungan	Jumlah(orang)	%
1	1 kali	49	61,25
2	2 kali	19	23,75
3	3 kali	8	10,00
4	4 kali	3	3,75
5	5 kali	1	1,25
Jumlah		80	100,00

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa sebagian besar pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga melakukan kunjungan sebanyak 1 kali dalam dua tahun terakhir. Jumlah pengunjung yang melakukan kunjungan sebanyak 1 kali yaitu 49 pengunjung atau 61,25 persen. Hal tersebut dikarenakan selama dua tahun terakhir ada aturan mengenai pembatasan sosial sehingga akses pengunjung ke tempat wisata terbatas. Masa pandemi covid-19 terjadi penurunan pengunjung wisata dikarenakan PSBB yang dikeluarkan oleh pemerintah, sehingga pada tahun 2020 jumlah pengunjung wisata mengalami penurunan yang sangat pesat. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung mulai mengalami peningkatan walaupun tidak secara signifikan dikarenakan diberlakukannya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan kegiatan Masyarakat) [22].

d. Kelebihan Agrowisata

Hasil penelitian mengenai kelebihan Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga menurut pengunjung dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 2 7. Kelebihan Agrowisata

No	Kelebihan Agrowisata	Jumlah (orang)	%
1	Paket tour yang lengkap	11	13,75
2	Harga tiket yang murah	17	21,25
3	Sarana dan prasarana yang terawat	8	10,00
4	Keindahan alam	37	46,25
5	Kebersihan lingkungan	7	8,75
Jumlah		100	100,00

Berdasarkan Tabel 7, kelebihan agrowisata Lembah Asri Serang yaitu memiliki Paket tour yang lengkap seperti paket wisata outbond, camping hingga homestay. Harga tiket masuk yang murah dengan harga Rp10.000/orang, Sarana dan Praasarana yang terawat seperti karena memiliki wahana yang sangat banyak diantaranya Sepeda Air, *Flying Fox*, *High Rope*, Berkuda, Toilet, Mushola, dsb. Selain itu keindahan alam dan kebersihan lingkungan yang terjaga juga menjadi bagian kelebihan dari agrowisata Lembah Asri Serang; Berdasarkan hasil penelitian ini, sebagian besar pengunjung atau sebanyak 46,25 persen berpendapat bahwa kelebihan Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga yaitu keindahan alam. Kelebihan agrowisata kedua yaitu harga tiket yang murah. Kelebihan agrowisata yang memiliki jumlah jawaban terendah yaitu kebersihan lingkungan. Kekuatan yang dimiliki agrowisata yaitu berupa keindahan alam karena kekhasannya yaitu lokasi yang terletak di alam pegunungan [23].

3.3. Tingkat kepuasan Pengunjung

Ukuran gambar rasional dan memiliki kualitas yang baik. Gambar harus disebutkan didalam kalimat (di narasikan) contoh : “...ditunjukkan pada Gambar 1”.. Judul Gambar diletakan di tengah bawah gambar.

a. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Sebuah perusahaan harus mempunyai tujuan tertentu agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, disamping itu perusahaan harus dapat mewujudkan kepuasan pengunjung. Berdasarkan Adhari (2019), kepuasan pengunjung dan laba harus dapat diwujudkan secara simultan. Salah satu cara untuk mengetahui kepuasan pengunjung dapat diukur menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan Candrianto (2021),

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indek untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur.

Tabel 8. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan [8].

Berdasarkan hasil analisis mengenai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga menunjukkan bahwa nilai kepuasan pengunjung sebesar 76,75 persen. Berdasarkan hasil tersebut, maka nilai CSI berada pada rentang 0,66 hingga 0,80 yang berarti indeks kepuasan pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga berada pada kriteria puas. Nilai CSI belum mencapai 100 persen, melainkan baru mencapai 76,75 persen yang menunjukkan bahwa Agrowisata Lembah Asri Serang membutuhkan perubahan atau perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung disektor kebersihan lingkungan dengan persentase terendah yaitu 8,75%, sarana dan prasarana dengan persentase 10%, serta perbaikan dalam pengembangan paket tour dengan persentase 13,75%. Pengunjung menilai terdapat 23,25 persen yang belum sesuai harapan. Meskipun berada pada rentang kriteria puas, akan tetapi masih terdapat pengunjung yang belum terpuaskan, maka perusahaan harus terus meningkatkan kinerjanya agar CSI meningkat sampai angka 100% [24].

b. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada penelitian ini digunakan untuk menentukan prioritas atribut yang perlu diperbaiki dan mengetahui kepentingan atribut dan kinerja atribut pada Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian tingkat kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas perbaikan kinerja atribut yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penilaian metode *Importance Performance Analysis* (IPA) tersaji pada Tabel 9.

Berdasarkan Tabel 9, rata-rata tingkat kesesuaian Agrowisata Lembah Asri Serang sebesar 84,43 persen. Nilai tersebut kurang dari 100 persen, berarti bahwa secara keseluruhan kinerja agrowisata belum mampu memenuhi tingkat kepentingan pengunjung sehingga perlu melakukan peningkatan kinerja agar kepuasan pengunjung meningkat. Terdapat tujuh atribut yang memiliki tingkat kesesuaian di bawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki nilai kepentingan yang tinggi namun memiliki nilai kinerja yang rendah, sehingga perlu perbaikan untuk mencapai kepuasan pengunjung.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

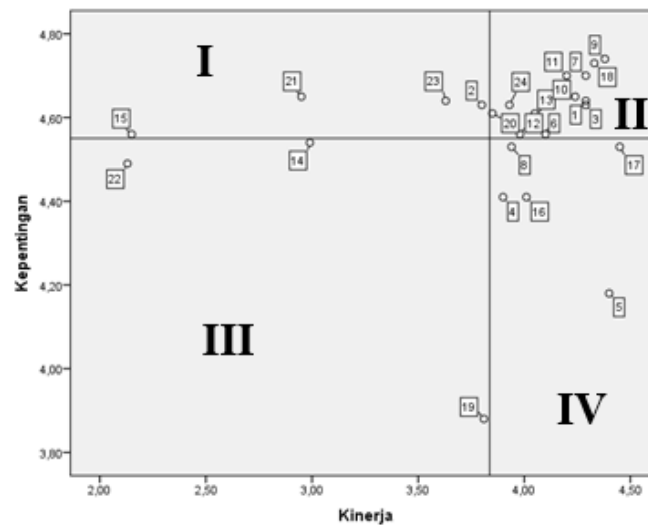
No.	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (TKi) (%)
1	343	371	92,45
2	304	370	82,16

No.	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (TKi) (%)
3	343	370	92,70
4	312	353	88,39
5	352	334	105,39
6	328	365	89,86
7	343	376	91,22
8	315	362	87,02
9	350	379	92,35
10	339	372	91,13
11	336	376	89,36
12	318	365	87,12
13	324	369	87,80
14	239	363	65,84
15	172	365	47,12
16	321	353	90,93
17	356	362	98,34
18	346	378	91,53
19	305	310	98,39
20	308	369	82,93
21	236	372	63,44
22	170	359	47,35
23	290	371	78,17
24	314	370	84,86
Total	7.364	8.734	2.026,42
Rerata	306,83	363,92	84,43

Tujuh atribut tersebut yaitu, ketersediaan toilet, kesiapan pegawai agrowisata untuk membantu pengunjung, kejelasan informasi dalam promosi, keamanan lokasi agrowisata, keamanan menggunakan fasilitas kawasan agrowisata, kemudahan pihak agrowisata untuk dihubungi oleh pengunjung, dan tersedianya tempat pengaduan pengunjung di kawasan agrowisata. Adapun atribut yang memiliki nilai kinerja yang lebih tinggi daripada nilai kepentingan yaitu atribut area parkir agrowisata luas. Atribut lainnya memiliki tingkat kesesuaian di atas rata-rata namun masih dibawah 100 persen.

Pada tahap selanjutnya, untuk melakukan peningkatan kinerja Agrowisata Lembah Asri Serang tidak dapat melakukannya langsung bersamaan dikarenakan keterbatasan sumber daya baik sumber daya modal maupun sumber daya manusia. Keterbatasan ini membuat perusahaan perlu memprioritaskan atribut mana saja yang perlu dilakukan perbaikan. Atribut yang perlu diutamakan untuk diperbaiki adalah atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kenyataannya tingkat kinerja atribut tersebut masih rendah. Salah satu alat bantu untuk menentukan prioritas perbaikan melalui diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menggambarkan tingkat kinerja masing-masing atribut. Diagram kartesius IPA dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar tersebut memudahkan Agrowisata Lembah Asri Serang untuk menentukan prioritas perbaikan atribut yang dianggap penting oleh pengunjung. Perbaikan atribut tersebut tergantung dari posisi masing-masing variabel pada kuadran tersebut. Hasil analisis adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius IPA

- **Kuadran I (Prioritas Utama)**

Kuadran I menunjukkan atribut yang sangat penting bagi pengunjung, akan tetapi kinerja Agrowisata Lembah Asri Serang belum sesuai dengan harapan pengunjung, sehingga menimbulkan rasa tidak puas dan perlu diperbaiki kinerjanya. Berdasarkan hasil analisis, atribut yang berada di kuadran I harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan kinerja untuk mencapai kepuasan pengunjung. Atribut-atribut tersebut yaitu:

- Ketersediaan toilet,
- Kejelasan informasi dalam promosi,
- Keamanan menggunakan fasilitas kawasan agrowisata,
- Tersedianya tempat pengaduan pengunjung di kawasan agrowisata.

- **Kuadran II (Pertahankan)**

Kuadran II merupakan kuadran dimana pengunjung memiliki tingkat harapan atau kepentingan yang tinggi dan telah dilaksanakan dengan baik serta membuat pengunjung merasa puas. Hal ini menuntut Agrowisata Lembah Asri Serang untuk dapat mempertahankan kinerjanya. Atribut-atribut tersebut antara lain [25]:

- Harga tiket masuk yang terjangkau,
- Kebersihan lingkungan kawasan agrowisata,
- Kerapihan penampilan karyawan agrowisata,
- Keindahan,
- Penjelasan suatu informasi sesuai dengan keadaan di lapangan,
- Kegiatan wisata yang ditawarkan beragam,
- Promosi yang dilakukan,
- Kecepatan pegawai agrowisata dalam melayani pengunjung,
- Ketanggapan pegawai agrowisata dalam menghadapi keluhan pengunjung,
- Jumlah pegawai agrowisata mencukupi,
- Keamanan lokasi agrowisata,

- Kemudahan akses jalan menuju kawasan agrowisata.

- **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Kuadran III merupakan kuadran dimana pengunjung memiliki tingkat harapan rendah dan pada kenyataannya kinerja Agrowisata Lembah Asri Serang tidak terlalu istimewa. Perbaikan atau peningkatan kerja atribut dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya kecil terhadap pengunjung. Atribut-atribut tersebut antara lain:

- Kesiapan pegawai agrowisata untuk membantu pengunjung,
- Pengetahuan yang baik pegawai agrowisata dalam menjelaskan terkait tempat agrowisata,
- Kemudahan pihak agrowisata untuk dihubungi oleh pengunjung.

- **Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran IV merupakan kuadran dimana pengunjung memiliki tingkat harapan yang rendah, akan tetapi pada pelaksanaannya telah dijalankan, dengan sangat baik oleh Agrowisata Lembah Asri Serang sehingga konsumen merasa berlebihan. Kinerja atribut-atribut yang masuk didalam kuadran ini dapat dikurangi agar Agrowisata Lembah Asri Serang dapat menghemat biaya-biaya atribut tersebut. Atribut-atribut tersebut antara lain:

- Fasilitas yang disediakan agrowisata lengkap,
- Area parkir agrowisata luas,
- Ketepatan waktu pelayanan,
- Sikap inisiatif yang tinggi pegawai agrowisata,
- Sikap pegawai agrowisata yang sopan dan ramah.

4. Kesimpulan

Karakteristik pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga yaitu mayoritas masyarakat yang berjenis kelamin perempuan, berusia 28-37 tahun, memiliki pendidikan akhir S1, memiliki pekerjaan pegawai swasta, dan memiliki pendapatan >Rp2.500.000,00-Rp4.000.000,00. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI), menunjukkan bahwa nilai kepuasan pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga sebesar 76,75 persen yang berarti indeks kepuasan pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga berada pada kriteria puas. Meski begitu, Nilai CSI dari Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga belum mencapai 100 persen sehingga bahwa Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga membutuhkan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

Atribut yang dianggap penting oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga tetapi memiliki kinerja yang kurang memuaskan yaitu ketersediaan toilet, kejelasan informasi dalam promosi, keamanan menggunakan fasilitas kawasan agrowisata, dan kersedianya tempat pengaduan pengunjung di kawasan agrowisata. Atribut yang dianggap penting oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga dan memiliki kinerja yang memuaskan yaitu harga tiket masuk yang terjangkau, kebersihan lingkungan kawasan agrowisata, kerapihan penampilan karyawan agrowisata, keindahan, penjelasan suatu informasi sesuai dengan keadaan di lapangan, kegiatan wisata yang ditawarkan beragam, promosi yang dilakukan, kecepatan pegawai agrowisata dalam melayani pengunjung, ketanggapan pegawai agrowisata dalam menghadapi keluhan pengunjung, jumlah pegawai agrowisata mencukupi, keamanan lokasi agrowisata, dan kemudahan akses jalan menuju kawasan agrowisata. Atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga dan memiliki kinerja yang kurang memuaskan yaitu kesiapan pegawai agrowisata untuk membantu pengunjung, pengetahuan yang baik pegawai agrowisata dalam menjelaskan terkait tempat agrowisata, dan kemudahan pihak agrowisata untuk dihubungi oleh pengunjung. Atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung Agrowisata Lembah Asri Serang Purbalingga namun memiliki kinerja yang memuaskan yaitu fasilitas yang disediakan

agrowisata lengkap, area parkir agrowisata luas, ketepatan waktu pelayanan, sikap inisiatif yang tinggi pegawai agrowisata, dan sikap pegawai agrowisata yang sopan dan ramah.

Daftar Pustaka

- [1] I. K. S. Diarta and I. M. Sarjana, 'Pengaruh Atribut Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Pertanian Subak Di Kota Denpasar Bali', *Media Konservasi*, vol. 25, no. 2, pp. 113–123, 2020, doi: 10.29244/medkon.25.2.113-123.
- [2] R. Bismika, R. Hambali, T. Setyowati, and K. Kunci, 'Evaluasi Kualitas Fasilitas Utama dan Fasilitas Penunjang Agrowisata (Studi Kasus Pada Agrowisata Bosaga Kabupaten Garut)', *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, pp. 1642–1647, 2021.
- [3] I. Kartika Eka Wijayanti, D. Dharmawati Putri, F. Hardiyanto, Suyono, A. Mulyani, and R. Fety Rahayuniati, 'Characteristics and entrepreneurship behavior of strawberry farmers in Serang Village, Karangreja District, Purbalingga', *E3S Web of Conferences*, vol. 361, pp. 1–8, 2022, doi: 10.1051/e3sconf/202236101002.
- [4] T. Kartika and A. Muchtar, 'Strategi Pengembangan Desa Wisata', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 20–25, 2023, doi: 10.57151/jeko.v2i1.154.
- [5] Stevianus, 'Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, vol. 19, no. 3, pp. 39–48, 2014.
- [6] K. Kotler, Philip; Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2014.
- [7] A. R. Aditya Nalendra, B. Givan, and I. Sari, 'Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 294–306, 2020, doi: 10.31294/jeco.v4i2.8012.
- [8] M. F. Firdaus and M. Nur, 'Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)', *Jurnal Perangkat Lunak*, vol. 5, no. 3, pp. 295–301, 2023, doi: 10.32520/jupel.v5i3.2721.
- [9] A. Sinnun, 'Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI', *Jurnal Informatika*, vol. 4, no. 1, pp. 146–154, 2017.
- [10] Y. Siyamto, 'Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Terhadap Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 3, no. 01, p. 63, 2017, doi: 10.29040/jiei.v3i01.100.
- [11] R. W. Oktaviani and R. N. Suryana, 'Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor)', *Jurnal Agro Ekonomi*, vol. 24, no. 1, p. 41, 2016, doi: 10.21082/jae.v24n1.2006.41-58.
- [12] A. Deharja, F. Putri, and L. O. N. Ikawangi, 'ANALYSIS OF Social Insurance Administration Organization (BPJS) OUTPATIENT SATISFACTION WITH SERVQUAL, CSI AND IPA METHOD IN CLINIC DR. M. SUHERMAN JEMBER', *Jurnal Kesehatan*, vol. 5, no. 2, pp. 106–115, 2019, doi: 10.25047/j-kes.v5i2.25.
- [13] F. Arlinda and R. Sulistyowati, 'Pengaruh Penerapan Program Adaptasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety , Environment) terhadap Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata Kabupaten Kediri di Era New Normal serta Dampaknya pada Pengembangan Ekonomi Pariwisata & Industri Kreatif', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 9, no. 3, pp. 1404–1416, 2021.
- [14] N. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan*, 7th ed. Jakarta: PrenadaMedia Group, 2019.

- [15] N. Jannah and M. Antara, 'FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGKONSUMSI BUAH JERUK IMPOR DI KOTA PALU Factors Affecting Consumer Behavior in Consuming Imported Citrus Fruits in Palu City', *J. Agroland*, vol. 25, no. 2, pp. 121–129, 2018.
- [16] T. S. Sinulingga, N. A. B & Hengki, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. Deliserdang: IOCS Publisher, 2021.
- [17] R. Wiyati, S. Maryati, and M. Thamrin, 'Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitarnya (Studi Kasus Desa Wisata Okura Tebing Tinggi Rumbai Pesisir)', *Jurnal Daya Saing*, vol. 6, no. 3, pp. 257–268, 2020.
- [18] A. M. Alfian, H. Mubarrak, M. Salman, and E. R. Sonya, 'Pemetaan Sosial dalam Mengembangkan Agrowisata Berkelanjutan di Desa Cipulus Kelurahan Cisarupan Kota Bandung', *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol. 1, no. 74, pp. 25–42, 2021.
- [19] D. B. Tambunan, 'Atribut Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Produk Perumahan', *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 2, pp. 141–153, 2009.
- [20] C. A. Havianto and T. Artiningrum, 'Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Objek Wisata Bumi Almira', *Geoplanart*, vol. 4, no. 2, pp. 91–103, 2023.
- [21] R. Nugroho and E. Japariato, 'Pengaruh People , Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 1, no. 2, pp. 1–9, 2013.
- [22] N. Afifa and D. Defrizal, 'Analisis Strategi Promosi Wisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung', *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, vol. 1, no. 3, pp. 245–252, 2022, doi: 10.54443/sinomika.v1i3.245.
- [23] U. I. Sangadah and Sukidin, 'Strategi Pemasaran Agrowisata Perkebunan Kopi Sekitar Gunung Gunitir Kabupaten Jember', *jurnal PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 10, no. 1, 2016.
- [24] RAj. T. Kusumowardhani, 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Cokelat Monggo Di Kotagede, Daerah Istimewa Yogyakarta', *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, vol. 3, no. 2, p. 133, 2020, doi: 10.32585/ags.v3i2.548.
- [25] Abdul Kadir, 'Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi', *Sistem Informasi*, vol. 1, no. September, pp. 60–69, 2018, doi: 10.31933/JEMSI.