

## **Pengaruh Atribut dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan di Agrowisata Subak Jatiluwih Tabanan**

Sherina Agatha Maharani, Ni Made Classia Sukendar  
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana  
Jl. PB. Sudirman, Denpasar, 80232, Bali  
Correspondensi: [Sherinaagatha12@gmail.com](mailto:Sherinaagatha12@gmail.com)

### **Abstrak**

*Agrowisata Subak Jatiluwih merupakan destinasi wisata unggulan di Bali yang terkenal dengan lanskap sawah terasering dan sistem irigasi tradisional subak yang telah di akui UNESCO sebagai warisan budaya dunia. Penelitian ini bertujuan untuk (a) menganalisis pengaruh atribut dan layanan terhadap keputusan berkunjung; (b) menganalisis pengaruh atribut dan layanan terhadap kepuasan; (c) menganalisis pengaruh keputusan berkunjung terhadap kepuasan; (d) menganalisis pengaruh atribut terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel mediasi; (e) menganalisis pengaruh layanan terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang di sebarakan kepada 100 responden wisatawan yang berkunjung di agrowisata Subak Jatiluwih. Analisis yang di gunakan adalah Scructural Equation Modeling dengan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1. Hasil penelitian menunjukan bahwa (a) atribut berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung; (b) layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (c) atribut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan; (d) layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (e) keputusan berkunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan; (f) atribut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel mediasi; (g) layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel mediasi. Dengan demikian disarankan pentingnya pengelolaan atribut dan peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan daya tarik serta kepuasan wisatawan.*

*Kata Kunci: Atribut, Layanan, Keputusan Berkunjung, Kepuasan*

### **Abstract**

*Jatiluwih Subak Agrotourism is a leading tourist destination in Bali, renowned for its terraced rice fields and traditional subak irrigation system, which has been recognized by UNESCO as a world cultural heritage site. This study aims to (a) analyze the influence of attributes and services on the decision to visit; (b) analyze the influence of attributes and services on satisfaction; (c) analyze the influence of the decision to visit on satisfaction; (d) analyze the influence of attributes on satisfaction through the decision to visit as a mediating variable; (e) analyze the influence of services on satisfaction through the decision to visit as a mediating variable. This study used qualitative and quantitative approaches, using a survey method using questionnaires distributed to 100 tourist respondents visiting Jatiluwih Subak Agrotourism. Technique analysis used was Structural Equation Modeling with SmartPLS 4.1.1 software. The results showed that (a) attributes significantly influenced the decision to visit; (b) services significantly influenced the decision to visit; (c) attributes significantly influenced satisfaction; (d) services had no significant effect on satisfaction; (e) the decision to visit significantly influenced satisfaction. (f) attributes do not significantly influence satisfaction through the decision to visit as a mediating variable; (g) services significantly influence satisfaction through the decision to visit as a mediating variable. Thus, it is suggested that attribute management and improving service quality are important to increase tourist attractiveness and satisfaction.*

*Keywords: Attributes, Service, Visiting Decisions, Satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Desa Jatiluwih ialah satu dari beberapa desa di Bali yang masih mempertahankan tradisi pertaniannya melalui sistem Subak. Sistem Subak sendiri adalah bentuk organisasi kemasyarakatan yang berfokus pada pengelolaan lahan sawah serta sistem irigasi tradisional, termasuk penyelesaian berbagai persoalan di sektor pertanian. Keunikan ini menjadikan Desa Jatiluwih sebagai destinasi wisata penting di Bali dan telah diakui sebagai bagian dari Warisan Dunia oleh UNESCO sejak Juni 2012. Agrowisata merupakan hasil pengelolaan potensi sumber daya alam yang baik terlebih untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sukendar dkk, 2023). Konsep agrowisata Subak bertujuan untuk mengelola serta mengoptimalkan potensi Subak, mencakup keindahan alam dan kehidupan sosial budaya petani setempat, khususnya dalam aktivitas pertanian, sehingga menjadi daya tarik bagi para wisatawan (Widari, 2015). Pengembangan kawasan agrowisata dapat menjadi solusi alternatif untuk penggunaan ruang hijau, yaitu untuk tujuan sosial budaya dan ekonomi, dan sebagai alat pendidikan melalui kegiatan menarik serta dapat memberikan dampak positif bagi wilayah dan penduduk di sekitar kawasan agrowisata (Sukendar, dkk 2020).

Menurut Tanralili (2019, dalam Nabila dkk., 2022), wisatawan adalah individu yang secara langsung terlibat dalam aktivitas wisata dan berperan sebagai konsumen jasa wisata. Dalam menentukan lokasi wisata, wisatawan umumnya mempertimbangkan keindahan alam dan kesempatan untuk berinteraksi dengan lingkungan sambil beristirahat dari rutinitas. Dalam konteks agrowisata, elemen-elemen seperti atribut destinasi dan layanan yang diberikan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan kunjungan serta tingkat kepuasan pengunjung.

Pengembangan Agrowisata Subak Jatiluwih masih menghadapi beberapa kendala. Diantaranya adalah fasilitas yang kurang memadai seperti lampu penerangan jalan yang rusak di sepanjang jalur wisata dan area parkir yang terbatas, terutama saat jumlah kunjungan meningkat, sehingga dapat menyebabkan kemacetan. Selain itu, aspek layanan juga menjadi perhatian. Beberapa wisatawan mengeluhkan sikap staf yang kurang ramah dan penyampaian informasi yang tidak tepat. Kurangnya perhatian terhadap kebersihan dan ketersediaan air di fasilitas toilet juga turut menjadi sumber ketidaknyamanan bagi pengunjung baru. Oleh karena itu, persepsi wisatawan terhadap kualitas atribut dan layanan yang mereka rasakan sangat mempengaruhi keputusan untuk berkunjung serta tingkat kepuasan mereka selama berada di lokasi wisata.

Studi ini mempunyai tujuan guna menganalisis seberapa jauh peran atribut serta layanan berkontribusi pada keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan, yang dapat mendukung pengembangan Agrowisata Subak Jatiluwih dan pariwisata di Tabanan, Bali.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di agrowisata Subak Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Bali. Penelitian ini di laksanakan pada bulan September 2024 - Juni 2025. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan subak Jatiluwih dijadikan objek penelitian yang memiliki beragam keunikan, antara lain keindahan alam yang masih terjaga serta panorama sawah terasering yang mampu menarik minat wisatawan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung agrowisata Subak Jatiluwih, dengan sampel sebanyak 100 orang yang dihitung menggunakan rumus *slovin* dengan pendekatan *convenience sampling*. Jenis data yang digunakan meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif meliputi sejarah dan wawancara pengelola agrowisata Subak Jatiluwih. Data kuantitatif meliputi data jumlah kunjungan dan data kuesioner (Diarta dan Sukendar, 2021).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, survei, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling*

(SEM) melalui pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Dalam SEM ada dua jenis model yang terbentuk yakni model pengukuran (*outer model*) dan model structural (*inner model*) melalui *software* SmartPLS 4.1.1. pengukuran *outer model* terdiri dari uji validitas, uji realibilitas, uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Pengukuran *inner model* terdiri dari uji R square dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Karakteristik responden

#### 1. Jenis kelamin

Sebagian besar wisatawan yang datang ke Agrowisata Subak Jatiluwih adalah perempuan, dengan persentase mencapai 53%. Daya tarik utama kunjungan mereka berkaitan dengan aktivitas berfoto atau berswafoto serta keterlibatan aktif di media sosial, yang cenderung lebih tinggi dibandingkan wisatawan laki-laki. Kondisi ini menjadikan wisatawan perempuan lebih antusias berkunjung karena kawasan tersebut menawarkan banyak spot foto menarik sekaligus menghadirkan pengalaman wisata yang berkesan melalui panorama alam dan kekayaan budaya yang dapat dinikmati secara langsung.

#### 2. Usia

Wisatawan pada tahap dewasa awal mendominasi kunjungan dengan persentase 39%, yakni pada rentang usia 26–35 tahun. Kelompok ini termasuk dalam kategori generasi milenial yang berada pada usia produktif, telah memasuki dunia kerja, memiliki kondisi finansial yang lebih stabil, serta ditunjang dengan kesehatan yang baik. Faktor-faktor tersebut membuat mereka lebih aktif dan antusias dalam melakukan aktivitas wisata

#### 3. Pekerjaan

Sebanyak 47% responden bekerja di sektor layanan yang memiliki beban kerja tinggi dan berisiko menimbulkan stres. Berwisata menjadi cara untuk meredakan tekanan tersebut, dan Agrowisata Subak Jatiluwih menawarkan suasana pedesaan asri, panorama sawah terasering, serta udara sejuk yang mendukung relaksasi dan pemulihan psikologis

#### 4. Asal

Responden penelitian ini terdiri atas 50% wisatawan domestik dan 50% mancanegara. Wisatawan asing didominasi oleh Eropa, khususnya Italia dan Jerman masing-masing 8% dari total wisatawan internasional, disusul negara lain di Eropa, Amerika, Asia, dan Australia. Sementara itu, wisatawan domestik terbanyak berasal dari Bali dengan persentase 35% dari keseluruhan wisatawan dalam negeri. Pembagian ini menunjukkan bahwa Agrowisata Subak Jatiluwih diminati secara seimbang oleh wisatawan lokal maupun internasional.

#### 5. Pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan S1 mendominasi dengan persentase 46%. Keberadaan agrowisata berperan sebagai media edukasi bagi para pengunjung. Hal ini mencerminkan bahwa wisatawan dengan latar pendidikan tinggi cenderung tertarik pada kegiatan wisata yang tidak hanya berorientasi pada rekreasi, tetapi juga mampu memberikan wawasan serta pengalaman baru, sebagaimana yang ditawarkan di Agrowisata Subak Jatiluwih.

### 3.2 Persepsi

Berdasarkan distribusi frekuensi seluruh variabel penelitian dari 100 responden, mayoritas memberikan tanggapan “sangat setuju” dan “setuju” pada setiap indikator yang diukur. Sebanyak 50,90% memilih sangat setuju (skor 5) dan 43,72% responden memilih setuju (skor 4), sehingga total 94,62% responden menunjukkan sikap positif. Sementara itu, 4,36% berada pada kategori netral (skor 3), 0,79% tidak setuju (skor 2), dan hanya 0,23% yang menyatakan sangat tidak setuju (skor 1). Hasil ini menggambarkan bahwa sebagian besar wisatawan menilai atribut dan layanan yang ada sudah tergolong baik, meskipun pengelola tetap perlu menjaga kualitas agar kepuasan serta keputusan berkunjung wisatawan dapat terus terjaga.

### 3.3 Outer Model

Analisis Model Pengukuran (*Outer model*) dipakai guna menetapkan keterkaitan antara

variabel laten serta variabel manifestasinya, atau cara berhubungan dengan variabel laten. Outer model mencakup Uji validitas dimana nilai validitas untuk konvergen di ukur dengan outer loading dari temuan pengujian indikator sejumlah  $\geq 0,7$  bisa di nyatakan valid. Pengujian reliabilitas ini mencerminkan seberapa jauh konsistensi interval variabel yang diukur oleh sejumlah indikator. Standar nilai yang direkomendasikan untuk *Cronbach's alpha* serta *composite reliability* ialah minimal 0,70 dan Pengukuran nilai validitas konvergen dilakukan melalui *Average Variance Extracted (AVE)* dengan nilai AVE yang direkomendasikan minimal sebesar 0,50.

**Tabel 1. Hasil Uji validitas, realibilitas dan validitas konvergen**

Variabel	Item	Nilai Outer Loading	Cronbach's Alpha	AVE
Atribut (X1)	X1.4	0.707	0.878	0.624
	X1.6	0.735		
	X1.8	0.839		
	X1.9	0.826		
	X1.10	0.817		
	X1.11	0.805		
Layanan (X2)	X2.5	0.832	0.928	0.777
	X2.6	0.907		
	X2.7	0.901		
	X2.8	0.894		
	X2.9	0.870		
Keputusan Berkunjung (Y1)	Y1.1	0.703	0.859	0.644
	Y1.4	0.712		
	Y1.6	0.833		
	Y1.7	0.869		
	Y1.8	0.878		
Kepuasan (Y2)	Y2.1	0.783	0.911	0.583
	Y2.2	0.760		
	Y2.3	0.785		
	Y2.4	0.754		
	Y2.7	0.709		
	Y2.8	0.740		
	Y2.9	0.774		
	Y2.10	0.790		
	Y2.11	0.771		

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

**Validitas Diskriminan**

Validitas diskriminan diukur dengan kriteria *Fornell Lacker* serta perbandingan rasio *Heterotrait-Monotrait (HTMT)*.

**Tabel 2. Hasil uji Fornell Lacker**

Variabel	Atribut (X1)	Layanan (X2)	Keputusan Berkunjung (Y1)	Kepuasan (Y2)
Atribut (X1)	<b>0.790</b>			
Layanan (X2)	0.509	<b>0.881</b>		
Keputusan Berkunjung (Y1)	0.422	0.473	<b>0.866</b>	
Kepuasan (Y2)	0.519	0.490	0.615	<b>0.775</b>

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

Sebuah konstruk dinilai mempunyai validitas diskriminan yang memadai melalui pendekatan Fornell-Larcker bila besaran akar kuadrat dari nilai AVE konstruk tersebut melampaui tingkat hubungan korelasi yang dimilikinya dengan konstruk laten lainnya. Dari tabel 2 nilai akar AVE ialah 0.790, 0.881, 0.866 serta 0.775. Nilai-nilai tersebut melebihi

korelasi dari setiap konstruk serta mencukupi kriteria *discriminant validity*.

**Tabel 3. Hasil Uji HTMT**

Variabel	Atribut	Kepuasan	Keputusan Berkunjung	Layanan
Atribut				
Kepuasan	0.570			
Keputusan Berkunjung	0.474	0.673		
Layanan	0.560	0.526	0.517	

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 3. evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwasanya nilai parameter HTMT untuk validitas diskriminan mencapai  $\leq 0,90$ , sehingga model di anggap valid dan reliabel.

### 3.4 Inner Model

Evaluasi *inner model* melibatkan analisis mendalam terhadap interaksi antar variabel dalam konteks penelitian. Uji koefisien jalur memberikan gambaran mengenai sejauh mana dampak antar variabel, sementara tingkat signifikansi menilai keabsahan statistik hasil uji tersebut. Evaluasi *inner model* terdiri dari:

1. R square

**Tabel 4. Hasil Uji R square**

Variabel	R-square	R-square adjusted
Keputusan Berkunjung (Y1)	0.268	0.253
Kepuasan (Y2)	0.476	0.460

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

Nilai *R Square* diharapkan antara 0 dan 1. Menurut Chin (1998, dalam Pratama, 2017), nilai *R Square* ialah 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) hingga 0.19 (lemah); ini dipakai guna mengidentifikasi sebesar apa dampak variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Berdasarkan Tabel 3.4 bahwa nilai R square pada model ini pada variabel keputusan berkunjung sejumlah 0.268 dalam kategori lemah dan pada variabel kepuasan sebesar 0.476 pada kategori moderat.

2. Pengujian Hipotesis

**Tabel 7. Uji Hipotesis berdasarkan path coefficient**

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDV )	P Values	Keterangan
H1 Atribut (X1) → Keputusan Berkunjung (Y1)	0.244	2.063	0.039	Diterima
H2 Layanan (X2) → Keputusan Berkunjung (Y1)	0.349	3.214	0.001	Diterima
H3 Atribut (X1) → Kepuasan (Y2)	0.252	2.725	0.006	Diterima
H4 Layanan (X2) → Kepuasan (Y2)	0.153	1.491	0.136	Ditolak
H5 Berkunjung (Y1) → Kepuasan (Y2)	0.434	4.464	0.000	Diterima

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

Tabel 8. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDV )	P Values	Keterangan
H6	Atribut → Keputusan Berkunjung → Kepuasan	0.106	1.833	0.067	Ditolak
H7	Layanan → Keputusan Berkunjung → Kepuasan	0.151	2.899	0.004	Diterima

Sumber: Output Data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

### 1. Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan Berkunjung

Pada temuan pengujian hipotesis satu didapat bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Temuan pengolahan data didapatkan nilai t- statistik  $\geq 1,96$  ialah 2.063 serta nilai P values  $\leq 0,05$  ialah 0,039 maka H0 ditolak serta H1 diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwasanya semakin baik keseluruhan atribut yang di peroleh dan di rasakan oleh pengunjung selama berada di Agrowisata Subak Jatiluwih maka semakin besar kemungkinan pengunjung untuk kembali atau menambah kunjungan mereka.

Temuan studi ini di perkuat dengan studi yang dijalankan oleh Hapsari dkk., (2014) yang menemukan bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Begitupun studi yang di lakukan oleh Triska (2021), menyatakan bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Maka dari itu bisa disimpulkan bahwasanya semakin baik atribut yang di sediakan oleh pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih maka tingkat kunjungan wisata akan naik.

### 2. Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung

Dalam temuan pengujian hipotesis dua diketahui bahwasanya layanan berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Temuan pengolahan data di dapatkan nilai original sampel sejumlah 0,359, t statistik yaitu  $3,214 \leq 1,96$  serta nilai P values yaitu  $0,001 \geq 0,05$  maka H2 diterima. Temuan tersebut menandakan bahwasanya semakin baik mutu layanan yang diberi maka semakin tinggi pengunjung untuk memutuskan berkunjung ke agrowisata Subak Jatiluwih.

Temuan studi ini diperkuat dengan studi yang dijalankan oleh Asikin dkk., (2019) menyatakan mutu layanan memberi dampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Begitupun dengan studi yang di lakukan Sari serta Suprajang (2020) mengungkapkan bahwa mutu layanan memberi dampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung. Maka dari itu, pentingnya peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh sebagai strategi untuk menarik dan mempertahankan minat wisatawan terhadap destinasi agrowisata Subak Jatiluwih.

### 3. Pengaruh Atribut Terhadap Kepuasan

Dalam temuan uji hipotesis tiga didapat bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Hasil pengolahan data didapatkan nilai original sampel sebesar 0,258, t- statistik  $\geq 1,96$  ialah 2,725 serta nilai P values  $\leq 0,05$  ialah 0,006 maka H0 ditolak serta H3 diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya semakin baik mutu atribut yang disediakan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan.

Hasil studi ini di perkuat dengan studi yang dijalankan oleh Sukendar dkk (2023) menemukan bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada kepuasan wisatawan. Begitupun dengan studi yang di lakukan oleh Nurizki dan Ferdian (2023) menemukan bahwasanya atribut berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Karenanya, pengelola dapat meningkatkan kualitas atribut yang di tawarkan agar dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung.

#### **4. Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan**

Dalam temuan pengujian hipotesis empat didapat bahwasanya layanan berdampak positif tidak signifikan pada kepuasan. Hasil pengolahan data di dapatkan nilai original sampel sebesar 0.153, t- statistik  $\geq 1,96$  ialah 1.491 serta nilai P values  $\leq 0,05$  ialah 0,136 sehingga H0 diterima serta H4 ditolak. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya jika layanan yang di berikan tidak ditingkatkan atau tidak memenuhi harapan wisatawan, maka kepuasan wisatawan semakin rendah. Sebaliknya, jika pengelola dapat meningkatkan aspek layanan dan memenuhi ekspektasi wisatawan, maka kepuasan wisatawan dapat naik.

Temuan studi ini di perkuat dengan studi yang dijalankan oleh Tungga dkk., (2022) menyatakan bahwasanya mutu layanan berdampak positif tidak signifikan pada kepuasan. Begitupun dengan penelitian Saputra dan Ambiyar (2019) menemukan bahwasanya mutu layanan tidak berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Oleh karena itu penting penting bagi pengelola untuk memahami bahwa meskipun layanan tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, upaya untuk meningkatkan kualitas layanan tetap perlu dilakukan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan.

#### **5. Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan**

Pada temuan pengujian hipotesis lima didapat bahwa keputusan berkunjung berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Temuan pengolahan data di dapatkan nilai original sampel sebesar 0,434, t- statistik  $\geq 1,96$  ialah 4,464 serta nilai P values  $\leq 0,05$  ialah 0,000 maka H0 ditolak serta H5 diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya semakin baik keputusan berkunjung yang diambil, semakin besar pula peluang bagi wisatawan untuk merasakan pengalaman yang memuaskan, yang dapat mendorong wisatawan supaya kembali serta menyarankan destinasi tersebut pada orang lainnya.

Temuan studi ini di perkuat dengan studi yang di lakukan oleh Kristiutami (2017) menyatakan bahwasanya keputusan berkunjung berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Karenanya, bisa disimpulkan bahwasanya supaya menaikkan kepuasan wisatawan, pengelola harus memperbaiki faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung, sehingga wisatawan dapat merasakan pengalaman yang lebih memuaskan, yang dapat mendorong wisatawan supaya kembali serta menyarankan destinasi Agrowisata Subak Jatiluwih pada orang lainnya.

#### **6. Pengaruh Atribut Terhadap Kepuasan dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi**

Dalam temuan uji hipotesis enam didapat bahwasanya atribut berdampak positif tidak signifikan pada kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai mediasi. Hal ini karena nilai original sampel sebesar 0,106, t- statistik  $\leq 1,96$  ialah 1,833 serta nilai P values  $\geq 0,05$  ialah 0,067 sehingga H0 diterima dan H6 ditolak. Keputusan berkunjung tidak berperan untuk memediasi hubungan antara variabel atribut dan kepuasan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa hipotesis enam, yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung memediasi atribut terhadap kepuasan, tidak didukung oleh data. Temuan ini menegaskan bahwasanya keputusan berkunjung tidak berfungsi menjadi moderasi pada hubungan antara atribut dan kepuasan, sehingga butuh dijalankan studi lebih lanjut guna mengeksplorasi faktor-faktor lainnya yang kemungkinan berpengaruh.

Studi ini tidak sejalan dengan studi yang di lakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningsih (2015) menemukan bahwasanya atribut berdampak secara signifikan pada kepuasan dengan keputusan berkunjung sebagai mediasi. Perbedaan hasil ini dapat di sebabkan oleh perbedaan konteks lokasi penelitian, karakteristik responden dan indikator yang dipakai dalam mengukur masing-masing responden. Pada studi ini atribut bukan merupakan faktor penentu dalam membentuk kepuasan melalui keputusan berkunjung, sehingga tidak dapat di jadikan acuan utama dalam upaya mengembangkan kepuasan wisatawan. penelitian lanjutan perlu di lakukan dengan fokus variabel lain yang lebih berpengaruh dan relevan dengan kondisi lapangan.

#### **7. Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi**



Dalam temuan uji hipotesis tujuh didapat bahwasanya layanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai mediasi. Hal ini karena nilai original sampel sebesar 0,151, t- statistik  $\leq 1,96$  ialah 2,899 serta nilai P values  $\geq 0,05$  ialah 0,004 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_7$  diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya semakin tinggi mutu layanan yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan wisatawan untuk memutuskan berkunjung, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasa.

Temuan studi ini diperkuat dengan studi Safitasari serta Maftukhah (2017) menyatakan bahwasanya layanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai mediasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwasanya keputusan berkunjung mempunyai peran menjadi mediasi yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Pengunjung merasa bahwa layanan yang diberikan seperti kualitas staf dan responsifitas staf melebihi harapan wisatawan, maka hal tersebut mendorong wisatawan untuk memutuskan kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih perlu terus berupaya meningkatkan mutu layanan. Pengalaman layanan yang baik akan meningkatkan pengunjung untuk datang kembali dan berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan secara menyeluruh.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, bisa disimpulkan bahwasanya :

1. Variabel atribut berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung dan variabel layanan berdampak positif serta signifikan pada keputusan berkunjung.
2. Variabel atribut berdampak positif serta signifikan pada kepuasan. Sedangkan variabel layanan berdampak positif tidak signifikan pada kepuasan.
3. Variabel keputusan berkunjung berdampak positif serta signifikan pada kepuasan.
4. Variabel atribut berdampak positif tidak signifikan pada kepuasan dengan keputusan berkunjung yang menjadi mediasi.
5. Variabel layanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan dengan keputusan berkunjung yang menjadi variabel mediasi.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka di ajukan beberapa saran yang di ajukan kepada pengelola agrowisata Subak Jatiluwih adalah sebagai berikut :

1. Atribut  
Pengelola bersama pemerintah daerah diharapkan melakukan peningkatan fasilitas dengan menambah jumlah unit toilet pada beberapa titik strategis di luar Subak Jatiluwih. Serta pembangunan terminal atau area parkir di luar kawasan utama dan di lengkapi dengan *shuttle* bus untuk mengurangi kemacetan terutama pada saat kunjungan wisatawan tinggi.
2. Layanan  
pengelola disarankan untuk meningkatkan kesopanan dan keramahan staf dalam melayani wisatawan melalui program pelatihan keterampilan interpersonal yang berfokus pada komunikasi efektif, sikap empati, penerapan etika pelayanan, serta pengelolaan emosi. Pelatihan ini dapat dikombinasikan dengan evaluasi kinerja dan pendampingan langsung di lapangan guna memastikan penerapan sikap ramah dan sopan secara konsisten, sehingga kualitas interaksi dengan wisatawan dapat meningkat dan memberikan pengalaman berkunjung yang lebih menyenangkan.
3. Keputusan Berkunjung  
Pengelola disarankan untuk menyediakan paket wisata atau promosi menarik yang disertai dengan informasi lengkap mengenai Agrowisata Subak Jatiluwih. Langkah ini dapat mendorong wisatawan untuk mencari dan memahami informasi terlebih dahulu sebelum berkunjung, sehingga mereka lebih siap dan mendapatkan pengalaman wisata yang optimal.
4. Kepuasan



Pengelola disarankan melakukan evaluasi terhadap struktur harga produk berupa hasil panen dan layanan. Evaluasi ini bertujuan untuk menyesuaikan harga dengan daya beli wisatawan agar tidak menjadi hambatan dalam kepuasan pengunjung.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terutama kepada para wisatawan Agrowisata Subak Jatiluwih, pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih dan seluruh pihak yang terkait yang telah membantu dan mendukung penelitian ini. Semoga penelitian ini menjadi manfaat sebagaimana mestinya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Diarta, I. K. S., & Sukendar, N. M. C. 2021. "Pengaruh Atribut, Implementasi CHSE, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Taman Edelweiss Karangasem Bali." *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata* 10(2): 512–31.
- Kristiutami, Y. P., 2017. Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Geologi Bandung. *Pariwisata*. 4(1).
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih., 2015. Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*. 4(1)
- Nabila, I., Yudhari, I. D. A. S., & Dewi, I. A. L., 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 2(1).
- Nurizki, M. I., & Ferdian, F., 2023. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Lereng Green Viuw Tanjung Alai Kecamatan X Koto Singkarak. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. 6(2).
- Putra, I. G. B. A., Prijanto, A., Sukendar, N. M. C., & Arisena, G. M. K. 2020. "Kajian analisis biaya dan manfaat (*cost-benefit analysis*) kawasan agrowisata di Indonesia." *AGROMIX* 11(2): 189–201.
- Safitasari, C., & Maftukhah, I., 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Terhadap Kepuasan melalui Keputusan Berkunjung. *Management Analysis journal*, 6(3).
- Salsabila, F. A., 2022. Pengaruh Lokasi, Motivasi Berkunjung, Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Istana Gunung Mas Lamongan. *Jurnal Bisnis*,2(2), pp 16-25.
- Saputra, E., & Ambiyar., 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *JUMPA*. 6(1).
- Sukendar, N. M. C., Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. 2021. "Pengaruh Atribut Dan Kualitas Layanan Agrowisata Taman Edelweis Terhadap Kepuasan Dan Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Tengah Pandemi COVID-19." *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)* 9(2): 450.
- Sukendar, N. M. C., Setiawan, I. G. B. D., & Arisena, G. M. K. 2023. "Komponen Daya Tarik Agrowisata Taman Edelweis The Component Of Edelweiss Park Agrotourism Attaction." *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Juli 2023*, 9(2): 1568-1579 9(2): 1568–79.
- Triska, F., 2021, *Tugas Akhir: Pengaruh Pengembangan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi*, Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Universitas Muhammadiyah, Sumatera Barat
- Tungga, S. M., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G., 2022. Pengaruh Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Tetetana Kumelembuai Tomohon. *Jurnal EMBA*. 10(2), pp. 641- 650.
- Widari, D. A. D. S., 2015. Perkembangan Desa Wisata Jatiluwih setelah UNESCO menetapkan subaknya sebagai bagian dari warisan dunia. *JUMPA*, 2(1).