

Pengaruh Atribut dan Layanan dalam Membentuk Kepercayaan dan Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih Tabanan

Ni Made Nita Dwi Oktaryanti, Ni Made Classia Sukendar

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Jl. PB. Sudirman, Denpasar, 80232, Bali

Correspondensi: nitad2050@gmail.com

Abstrak

Agrowisata Subak Jatiluwih dikenal dengan panorama alamnya yang memukau, terutama hamparan sawah terasering yang khas serta sistem irigasi tradisionalnya yang telah diakui sebagai Warisan Budaya Dunia UNESCO. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh antar variabel, yaitu: (a) atribut terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung wisatawan; (b) kualitas layanan terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung; (c) kepercayaan terhadap keputusan berkunjung; (d) peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara atribut dan keputusan berkunjung; serta (e) peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pelayanan dan keputusan berkunjung. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden wisatawan yang mengunjungi Agrowisata Subak Jatiluwih. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1. Hasil analisis menunjukkan: (a) atribut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan; (b) layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan; (c) atribut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung; (d) pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung; (e) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung; (f) atribut tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi; dan (g) pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Saran yang dapat diberikan kepada pengelola yaitu dengan melakukan penataan area parkir, melakukan evaluasi rutin, konsistensi dalam layanan untuk mempertahankan kepercayaan dan keputusan wisatawan.

Kata Kunci: Atribut, Layanan, Kepercayaan, Keputusan Berkunjung

Abstract

Jatiluwih Subak Agrotourism is known for its stunning natural panorama, especially its unique terraced rice fields and traditional irrigation system which has been recognized as a UNESCO World Cultural Heritage. This study aims to examine the influence between variables, namely: (a) attributes on tourists' trust and visiting decisions; (b) service quality on trust and visiting decisions; (c) trust on visiting decisions; (d) the role of trust as a mediating variable in the relationship between attributes and visiting decisions; and (e) the role of trust as a mediating variable in the relationship between services and visiting decisions. The approach used is qualitative and quantitative with a survey method by distributing questionnaires to 100 tourist respondents who visited Jatiluwih Subak Agrotourism. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 4.1 software. The results of the study show that: (a) attributes have a positive and significant effect on trust; (b) services have a positive and significant effect on trust; (c) attributes have a positive and significant effect on visiting decisions; (d) services have a positive and significant effect on visiting decisions; (e) trust has a positive and significant

influence on the decision to visit; (f) attributes are not proven to have a significant influence on the decision to visit through trust as a mediating variable; and (g) service has a significant influence on the decision to visit with trust as a mediating variable. Suggestions that can be given to managers include arranging parking areas, conducting routine evaluations, and providing consistency in services to maintain tourists' trust and decisions.

Keywords: Attributes, Services, Trust, Decision to Visit

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan wisata yang berbasis sektor pertanian, baik pemanfaatan lingkungan alam, lahan pertanian atau keragaman aktivitas produksi serta penerapan teknologi dikenal dengan agrowisata. Tujuan utama dari pemanfaatan sektor pertanian ini adalah memberikan perluasan wawasan, pemahaman dan pengalaman mengenai dunia pertanian mulai dari proses produksi hingga menghasilkan produk pertanian (Mertaningrum, dkk., 2019). Agrowisata tidak hanya meningkatkan potensi wisata, tetapi juga menciptakan peluang kerja baru yang mempekerjakan tenaga lokal di pedesaan (Sukendar, dkk., 2020). Salah satu agrowisata di Provinsi Bali yaitu Agrowisata Subak Jatiluwih yang terletak di Kabupaten Tabanan. Agrowisata Subak Jatiluwih terkenal dengan keindahan alamnya dengan terasering sawah dan sistem irigasi subak yang menjadi daya tariknya. Agrowisata Subak Jatiluwih telah ditetapkan UNESCO sebagai warisan budaya dunia dengan label “*Cultural Landscape of Bali Province: the Subak System as a Manifestation of the Tri Hita Karana Philosophy*” (Suwartika, 2025).

Kunjungan wisatawan Agrowisata Subak Jatiluwih pada Desember 2024 sebanyak 421.967 yang mengalami peningkatan sebesar 24.95% di bandingkan dengan tahun 2023 (Suwartika, 2025). Peningkatan jumlah kunjungan dipengaruhi oleh faktor kepercayaan pengunjung terhadap destinasi wisata. Atribut dalam destinasi wisata dapat memberikan pengalaman kepada pengunjung dan menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan pengunjung (Antara, 2020) dan (Muna dan Karlina, 2020). Atribut pada aspek amenities menjadi peran penting dalam peningkatan destinasi wisata, namun kurangnya tempat sampah di sekitar jogging track menjadi permasalahan yang ada karena menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung. sehingga perlu diperhatikan dalam meningkatkan atribut yang ada.

Penyediaan layanan di destinasi wisata juga menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan pengunjung. (Mardani, dkk., 2024) menyatakan bahwa responsive (daya tanggap) dalam layanan sangat berpengaruh dalam membentuk kepercayaan pengunjung. Beberapa wisatawan mengeluhkan sikap staf yang kurang sopan dan ramah, sehingga persepsi wisatawan terhadap kualitas atribut dan layanan yang dirasakan sangat mempengaruhi kepercayaan serta keputusan berkunjung. Layanan yang baik dapat membentuk kepercayaan dan juga konsistensi destinasi dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung. Kurangnya layanan yang diberikan kepada wisatawan akan mempengaruhi kepercayaan serta keputusan berkunjung, sehingga ketersediaan atribut dan layanan di Agrowisata sangat penting dalam membangun kepercayaan dan keputusan berkunjung wisatawan.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengkaji pengaruh atribut terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung, mengkaji pengaruh layanan terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung, mengkaji pengaruh kepercayaan ke keputusan berkunjung, mengkaji peran kepercayaan sebagai mediasi dalam menghubungkan atribut terhadap keputusan berkunjung, dan mengkaji kepercayaan sebagai variabel mediasi yang menjadi penghubung antara layanan dan keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih Tabanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Agrowisata Subak Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Pendekatan yang dipakai adalah *mix method*, yaitu perpaduan antara teknik kuantitatif dan kualitatif. Penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu pengisian kuesioner dilakukan oleh responden yang memiliki waktu dan bersedia

untuk mengisi. Sampel yang digunakan yaitu 100 responden yaitu 50 responden *domestic* dan 50 responden mancanegara yang dipilih secara *purposive* dengan populasi yaitu wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih. Instrument kuesioner disusun dengan skala likert dengan skor 1-5. Pendekatan kualitatif mencakup wawancara dengan pihak pengelola, penelusuran sejarah agrowisata, serta kuesioner yang ditujukan kepada pengelola agrowisata. Data primer digunakan sebagai sumber data langsung yang berasal dari informan pertama mengenai hasil survei karakteristik responden, atribut, layanan, kepercayaan dan keputusan berkunjung. Data sekunder didapatkan untuk menunjang data primer seperti observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi (Sukendar, dkk., 2023).

Analisis data dalam penelitian menggunakan *software* SmartPLS 4.1 yang dijalankan dengan media komputer. Metode ini memungkinkan estimasi model yang kompleks dengan banyak konstruk, variabel indikator dan jalur struktural serta menekankan prediksi dalam mengestimasi model statistik. SEM PLS memiliki dua tahapan yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik responden

1) Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 100 responden, wisatawan yang berkunjung mayoritas berusia 30-44 tahun sebanyak 41%. Agrowisata lebih diminati oleh kalangan dewasa awal terutama pada pengunjung mancanegara dikarenakan memiliki keindahan pertanian. Menurut Riadi (2022) individu pada *fase* dewasa madya sering menghadapi tingkat stress yang lebih tinggi akibat berbagai perubahan fisik maupun gaya hidup. Keberadaan Subak Jatiluwih dengan pemandangan sawah berundak yang asri dan menenangkan memberikan alternatif suasana damai yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam kelompok usia tersebut.

2) Jenis Kelamin

Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 51% perempuan, yaitu 22 orang *domestic* dan 29 orang mancanegara. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kelompok perempuan memiliki ketertarikan lebih besar terhadap kunjungan ke Agrowisata Subak Jatiluwih. Daya tarik utama yang mendasari adalah keindahan lanskap alam serta keberadaan Lokasi-lokasi foto yang menarik dan sesuai dengan tren media sosial, sehingga menjadikan kawasan ini sebagai pilihan yang tepat untuk rekreasi sekaligus sarana bermain bagi keluarga (Masanda, dkk., 2024).

3) Daerah asal

Berdasarkan asal daerah, jumlah wisatawan *domestic* dan mancanegara tercatat seimbang masing-masing sebesar 50%. Wisatawan *domestic* didominasi oleh pengunjung dari Bali sebanyak 32% sementara 18% lainnya berasal dari luar Bali. Wisatawan mancanegara sebagian besar kunjungan tercatat berasal dari Belgia, Prancis, Italia dan Amerika Serikat. Agrowisata Subak Jatiluwih dikenal dengan keindahan lanskap sawah terasering serta sistem irigasi tradisionalnya, yang sekaligus menjadi daya tarik edukatif karena memberikan wawasan mengenai praktik pertanian lokal. Selain itu, suasana pedesaan yang tenang dengan iklim tropis yang sejuk menambah kenyamanan wisatawan, terutama ketika menikmati aktivitas di jalur jogging yang tersedia di kawasan ini.

3.2 Persepsi responden

Hasil tabulasi data pada seluruh variabel penelitian dari masing-masing indikator dengan jumlah 100 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan nilai memuaskan terhadap keempat variabel. 46.6% responden setuju (skor 4) dan 43.8% responden sangat setuju (skor 5). Dengan demikian, 90.4% responden memberikan respon positif. Sementara itu, 7.5% responden menjawab netral (skor 3), tidak setuju 2.1% (skor 2) dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju (skor 1). Mayoritas pengunjung menilai atribut maupun layanan yang disediakan sudah berada pada kategori baik. Namun demikian, pihak

pengelola tetap harus mempertahankan kualitas yang telah berjalan baik untuk mempertahankan kepercayaan dan keputusan responden.

3.3 Outer model

Peranan evaluasi model pengukuran yaitu untuk menjelaskan keterkaitan antara indikator-indikator dalam setiap blok dengan variabel laten yang diwakilinya. Proses pengujian mencakup uji validitas, yang digunakan untuk memastikan bahwa instrumen benar-benar mengukur variabel yang diteliti, dengan kriteria nilai outer loading di atas 0,7. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas melalui perhitungan Cronbach's alpha dan composite reliability, keduanya disyaratkan memiliki nilai lebih besar dari 0,7. Selain itu, uji convergent validity dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator sesuai dengan konstruk atau variabel laten, yang ditunjukkan oleh nilai Average Variance Extracted (AVE) dengan batas minimum 0,50

Tabel 1. Hasil uji validitas, reliabilitas dan validitas convergen

Variabel	Item	Nilai Outer Loading	Cronbach's Alpha	AVE
Atribut (X1)	X1.1	0.787	0.871	0.598
	X1.2	0.788		
	X1.3	0.777		
	X1.5	0.718		
	X1.9	0.774		
	X1.10	0.793		
Layanan (X2)	X2.1	0.728	0.891	0.603
	X2.2	0.719		
	X2.5	0.754		
	X2.6	0.827		
	X2.7	0.831		
	X2.8	0.798		
Kepercayaan (Y1)	X2.9	0.770	0.878	0.575
	Y1.1	0.835		
	Y1.2	0.851		
	Y1.3	0.711		
	Y1.5	0.709		
	Y1.6	0.738		
Keputusan Berkunjung (Y2)	Y1.7	0.748	0.898	0.665
	Y1.8	0.703		
	Y2.1	0.830		
	Y2.2	0.838		
	Y2.3	0.863		
	Y2.4	0.782		
	Y2.6	0.854		
	Y2.7	0.715		

Sumber: Output data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas, reliabilitas dan validitas convergen dikatakan sudah memenuhi syarat yang ditentukan sehingga dapat dikatakan valid dan reliabel.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diukur dengan menggunakan *Fornell Lacker* serta perbandingan rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) < 0.90

Tabel 2. Hasil uji Fornell Lacker

	Atribut (X1)	Layanan (X2)	Kepercayaan (Y1)	Keputusan Berkunjung (Y2)
X1	0.773			
X2	0.467	0.776		
Y1	0.502	0.535	0.759	
Y2	0.466	0.455	0.517	0.815

Sumber: Output data SmartPLS, 2025

Tabel 2, validitas deskriminan dilihat berdasarkan tinggi nya nilai akar AVE dari korelasi konstruk terhadap variabel laten. Berdasarkan hasil output SmartPLS didapatkan nilai atribut (X1) sebesar 0.773, layanan (X2) sebesar 0.776, kepercayaan (Y1) 0.759 dan keputusan berkunjung (Y2) 0.815.

Tabel 3. Hasil uji HTMT

	Atribut (X1)	Layanan (X2)	Kepercayaan (Y1)	Keputusan Berkunjung (Y2)
X1				
X2	0.523			
Y1	0.499	0.557		
Y2	0.478	0.499	0.558	

Sumber: Output data SmartPLS, 2025

3.4 Inner Model

Inner model berfokus pada pengujian hipotesis yang mencakup analisis koefisien jalur (*path coefficient*) beserta tingkat signifikansinya.

3.4.1 R-Squares

Nilai *R-Squares* dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu 0.19 (rendah), 0.33 (moderat), dan 0.66 (tinggi) (Chin, 1998). Pengukuran ini digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. Nilai R-Squares

Variabel endogen	R-squares	R-squares adjusted
Kepercayaan pengunjung (Y1)	0.368	0.355
Keputusan berkunjung (Y2)	0.347	0.327

Sumber: Output data SmartPLS, 2025

Nilai *R-squares* pada variabel kepercayaan sebesar 0,368 menunjukkan bahwa atribut dan layanan berkontribusi secara moderat sebesar 36,8%, sedangkan 63,2% dipengaruhi faktor di luar model. Adapun pada variabel keputusan berkunjung, nilai *R-squares* tercatat 0,346, yang berarti 34,6% dijelaskan oleh atribut, layanan, dan kepercayaan, sementara 65,3% sisanya berasal dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

3.4.2 Uji Path Coefficient

Pengujian hipotesis dalam analisis SEM PLS menggunakan metode *bootstrapping*. Nilai P-Value dan T-Statistics berfungsi untuk menilai signifikansi hipotesis dengan nilai P-values kurang dari 0.05 dan T-statistics lebih dari 1.96.

Tabel 7. Uji path coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Atribut (X1) -> Kepercayaan (Y1)	0.323	2.840	0.005	Diterima
Layanan (X2) -> Kepercayaan (Y1)	0.384	3.364	0.001	Diterima
Atribut (X1) -> Keputusan Berkunjung (Y2)	0.226	1.998	0.046	Diterima
Layanan (X2) -> Keputusan Berkunjung (Y2)	0.188	1.996	0.046	Diterima
Kepercayaan (Y1) -> Keputusan Berkunjung (Y2)	0.302	2.878	0.004	Diterima
Layanan (X2) -> Kepercayaan (Y1) -> Keputusan Berkunjung (Y2)	0.116	2.007	0.045	Diterima
Atribut (X1) -> Kepercayaan (Y1) -> Keputusan Berkunjung (Y2)	0.098	1.908	0.056	Ditolak

Sumber: Output data SmartPLS, 2025

3.5 Pembahasan

3.5.1 Pengaruh atribut terhadap kepercayaan pengunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih

Berdasarkan pengujian hipotesis, terbukti bahwa variabel atribut (X1) berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengunjung (Y1), nilai koefisien yaitu 0.323 dan signifikan, dengan T-Statistics 2.840 > 1.96 dan P-Values 0,005 < 0.05, sehingga H01 ditolak dan Ha1 diterima. Hal tersebut mengindikasikan semakin baik atribut yang diperoleh pengunjung akan semakin membentuk kepercayaan dari pengunjung terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih.

Ketersediaan akomodasi penunjang seperti hotel, villa dan penginapan di area agrowisata memiliki kontribusi yang tinggi dalam membentuk kepercayaan wisatawan. Karena kelengkapan atribut yang sesuai dengan harapan wisatawan akan membuat wisatawan puas dan merasa percaya terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih. Hasil penelitian ini didukung oleh Muna dan Karlina (2020) yang menyebutkan atribut memiliki pengaruh signifikan wisatawan. Lebih lanjut, pihak pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih menyampaikan bahwa perawatan rutin dilakukan setiap tiga minggu sekali guna menjaga kenyamanan pengunjung.

3.5.2 Pengaruh layanan terhadap kepercayaan pengunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih

Berdasarkan pengujian hipotesis, variabel layanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengunjung (Y1), dengan koefisien jalur yaitu 0.384 dengan tingkat signifikan yang kuat, t Statistics 3.364, pvalues 0.001 dibawah 0.05. Maka, H02 ditolak dan Ha2 diterima, hasil ini menunjukkan layanan yang diberikan jika memuaskan maka akan menumbuhkan kepercayaan pengunjung terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih. Dalam pembentukan kepercayaan wisatawan, penampilan staf yang rapi dan bersih salah satu menjadi kunci dalam meyakinkan wisatawan yang berkunjung. Dengan penampilan staf yang baik akan menambah kesan positif dari wisatawan kepada pengelolaan karena mengutamakan kebersihan dan kenyamanan dari wisatawan dan staf.

Penelitian ini didukung oleh Mardani, dkk., (2024) dan Wicaksana, dkk., (2019) yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan wisatawan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Bapak Suwartika (2025) selaku staf pengelola yaitu layanan yang disediakan seperti staf kebersihan. Sehingga pentingnya peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh sebagai strategi untuk mempertahankan kepercayaan pengunjung terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih.

3.5.3 Pengaruh atribut terhadap keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih

Berdasarkan pengujian hipotesis, disimpulkan variabel atribut (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y2), dengan original sample yaitu 0.226 dan signifikan dengan TStatistics 1.998 > 1.96 P Values yaitu 0.046 < 0.05. H03 ditolak serta Ha3 diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa atribut yang lengkap disediakan dan dirasakan pengunjung maka besar harapan pengunjung untuk memutuskan berkunjung atau menambah kunjungan mereka.

Kelengkapan atribut yang tersedia di agrowisata akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Sebaliknya, apabila atribut yang tersedia tidak lengkap maka semakin kecil pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Salah satu nya yaitu ketersediaan akomodasi penunjang seperti villa, hotel dan penginapan. Oleh karena itu, pemenuhan atribut secara optimal menjadi salah satu faktor dalam mendorong peningkatan keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih. Hal ini diperkuat oleh penelitian Nisa, dkk., (2023) dan Hapsari, dkk (2021) yang menerangkan atribut memiliki pengaruh penting dalam menentukan keputusan berkunjung.

3.5.4 Pengaruh layanan ke keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih

Berdasarkan pengujian hipotesis, variabel layanan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y2), nilai koefisien jalur yaitu 0.188 dan signifikan dengan TStatistics 1.996, P Values 0.046. H04 ditolak serta Ha4 diterima, mengindikasikan kualitas layanan yang baik dan memenuhi harapan pengunjung, maka pengunjung membuat keputusan untuk berkunjung kembali.

Penelitian ini diperkuat oleh Saputra dan Ambiyar (2019) dan Sari dan Suprajang (2020) yang menerangkan bahwa layanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Layanan yang diberikan kepada pengunjung memuaskan dan meningkat keyakinan pengunjung dalam

mengambil keputusan untuk berkunjung atau melakukan kunjungan ulang.

3.5.5 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih

Kepercayaan (Y1) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y2) dibuktikan dengan, original sample yaitu 0.302 dan signifikan dengan t-Statistics yaitu 2.878 serta p-values yaitu 0.004. Hal ini menegaskan bahwa H_05 ditolak dan H_{a5} diterima, artinya semakin tinggi rasa percaya pengunjung terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memutuskan berkunjung serta mendorong rekomendasi positif kepada pihak lain.

Semakin tinggi upaya pengunjung dalam mencari informasi yang relevan maka akan semakin besar keyakinan terhadap daya tarik Agrowisata Subak Jatiluwih, sehingga pengelola perlu mempertahankan dan meningkatkan promosi wisata dan memperkuat reputasi melalui ulasan positif. Penelitian Tarigan, dkk (2025) dan Nafis (2020) menegaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Tingginya keyakinan pengunjung terhadap destinasi wisata tersebut maka akan lebih terdorong untuk mengambil keputusan berkunjung tanpa ragu serta merasa nyaman selama berada di Agrowisata Subak Jatiluwih.

3.5.6 Pengaruh atribut terhadap keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi

Hubungan yang terjadi secara tidak langsung antara variabel atribut (X1) terhadap keputusan berkunjung (Y2) melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi, nilai jalur koefisien yaitu 0.098, t-Statistics 1.908, p-Values 0.056. Oleh karena itu, H_06 diterima dan H_{a6} ditolak, artinya variabel kepercayaan merupakan variabel mediasi yang tidak dapat menghubungkan variabel atribut terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam beberapa konteks, wisatawan cenderung ditentukan oleh faktor-faktor lain yang lebih dominan dan relevan dengan pengalaman mereka.

Ketidaksesuaian ekspektasi dengan kondisi nyata di lapangan dapat menimbulkan rasa kecewa pada pengunjung sehingga mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung. Penemuan ini diperkuat oleh Sukendar, dkk (2021) yang menyatakan bahwa perbedaan ekspektasi dengan realita yang dimiliki oleh wisatawan berdampak pada keputusan berkunjung wisatawan. Hasil ini menjadi masukan penting bagi pengelola agrowisata agar lebih fokus dalam meningkatkan kualitas atribut yang dirasa secara langsung oleh pengunjung pasca kunjungan, sehingga pengunjung dapat benar-benar merasa bahwa keputusan memilih agrowisata tersebut merupakan pilihan yang tepat.

3.5.7 Pengaruh layanan terhadap keputusan berkunjung ke Agrowisata Subak Jatiluwih melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi

Hubungan tidak langsung yang terjadi antara variabel layanan (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y2) dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, memiliki original sample yaitu 0.116 dan signifikan dengan TStatistics yaitu 2.007, p values 0.045, H_07 ditolak dan H_{a7} diterima. Oleh karena itu, kepercayaan berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan antara kualitas layanan dengan keputusan berkunjung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Azizah (2025) dan Hamzah (2022) yang menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif serta signifikan melalui kepercayaan sebagai mediasi. Hal ini mengindikasikan bahwa agar pengembangan layanan dapat lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Peningkatan kualitas layanan seperti kerapian staf dan kepedulian staf yang disediakan dapat memperkuat kepercayaan wisatawan yang kemudian mendorong pengunjung untuk mengambil keputusan berkunjung dan melakukan kunjungan ulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan:

1. Atribut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung.
2. Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan keputusan berkunjung.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

4. Atribut berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan kepercayaan sebagai mediasi.
5. Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

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

1. Atribut
Pihak pengelola diharapkan dapat meningkatkan ketersediaan toilet disekitar kawasan Agrowisata Subak Jatiluwih dan melakukan penataan area parkir dengan bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk sistem parkir yang terintegrasi
2. Layanan
Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih disarankan melakukan sistem evaluasi kinerja dengan basis umpan balik pengunjung. Pengelola Agrowisata juga secara rutin membaca dan menelaah review yang dituliskan pengunjung, baik melalui media sosial, situs perjalanan, maupun buku tamu. Review tersebut dapat menjadi sumber informasi berharga untuk mengetahui kepuasan wisatawan, mengidentifikasi kekurangan layanan, serta memahami kebutuhan dan harapan pengunjung.
3. Kepercayaan
Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih disarankan meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan untuk mempertahankan kepercayaan pengunjung. Perlunya konsistensi dalam memberikan pelayanan yang ramah dan informatif serta memastikan produk-produk yang ada di Agrowisata Subak Jatiluwih memiliki kualitas yang baik dan terjamin.
4. Keputusan berkunjung
Pengelola disarankan menjaga konsistensi layanan dan citra positif agar informasi yang tersebar di masyarakat maupun media online tetap mendukung keputusan wisatawan untuk berkunjung. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan, menjaga keramahan staf, serta menampilkan identitas dan keunikan agrowisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara, M., Suryawardani, I. G. A. O., & Kusyanda, M. R. P. 2020. "Atribut Destinasi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Niat Wisatawan Berkunjung Kembali di Pantai Melasti, Desa Ungasan, Kabupaten Badung" *JUMPA* 6: 425–51.
- Mertaningrum, N. L. P. E., Windia, W., & Dewi, R. K. 2019. "Pengembangan Agrowisata Berlandaskan Konsep Tri Hita Karana Di Subak Uma Lambing, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung." *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)* 7(1): 57.
- Muna, N. E., & Karlina, W. 2020. "Pengaruh *Islamic* Attribute Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pengunjung Wisata Religi di Makam Mbah Sayyid Sulaiman" *Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam* 3(2): 14–25.
- Mardani, M., Zahara, Z., & Muzakir. 2024. "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Destinasi Kepulauan Togean." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 21(2): 268–82.
- Masanda, F.B., Maharani, E., & Kurnia, D. 2024. "Strategi Pengembangan Agrowisata Persawahan Poyotomo." *Jurnal Triton* 15(2): 344–60.
- Nafis, R. 2020. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang)." *Jurnal Ilmu ekonomi dan Bisnis* 8(1): 40–45.
- Nisa, S., Budiarmo, A., & Listyorini, S. 2023. "Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12(2): 689–97.

- 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.
- 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." *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* 6: 183..
- Sari, P. R., & Suprajang, S. E. 2020. "Analisis Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Pinus Gogoniti, Kabupaten Blitar)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 5(2): 143–54.
- 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 Attraction." *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Juli 2023*, 9(2): 1568-1579 9(2): 1568–79.
- Suwartika, I. W. 2025. Staf Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih
- Tarigan, E., Suprina, R., Leonandri, D. G., Pramanik, P. D., Dewi, T. R. 2025. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pada Danau Situ Gintung, Ciputat, Tangerang Selatan, Provinsi Banten
- Wicaksana, G. S., Pujiastuti, E. E., & Suratna. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pengalaman Terhadap Kepuasan Serta Kepercayaan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Yang Berkunjung Pada Obyek Wisata Telaga Menjer Di Wonosobo)." *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi* 17(1): 93.