

Pengaruh Atribut, Citra, dan Layanan Dalam Membentuk Kepercayaan Pengunjung Agrowisata di Subak Jatiluwih Tabanan

Desak Gede Fitri Patricia, Ni Made Classia Sukendar
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman, Denpasar, 80232, Bali
Correspondensi: desakfitri95@gmail.com

Abstrak

Agrowisata Subak Jatiluwih merupakan agrowisata yang terletak di Kabupaten Tabanan yang terkenal dengan keunikan terasering dan mempertahankan sistem irigasi tradisionalnya sehingga sudah termasuk ke dalam warisan budaya dunia yang diakui oleh UNESCO pada tahun 2012. Tujuan penelitian ini adalah untuk (a) menganalisis pengaruh atribut terhadap kepercayaan pengunjung Agrowisata di Subak Jatiluwih Tabanan; (b) menganalisis pengaruh citra dalam membentuk kepercayaan pengunjung Agrowisata di Subak Jatiluwih Tabanan; (c) menganalisis pengaruh layanan dalam membentuk kepercayaan pengunjung Agrowisata di Subak Jatiluwih Tabanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pengunjung di Agrowisata Subak Jatiluwih. Teknik analisis data yang di gunakan adalah Scructural Equation Modeling dengan software SmartPLS 4.1.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) atribut agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung; (b) citra agrowisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung; (c) kualitas layanan agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung. Dengan demikian, disarankan agar lebih memperhatikan dan meningkatkan citra agrowisata yang ada sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan pengunjung.

Kata kunci: Atribut, Citra, Layanan, Kepercayaan, Agrowisata Subak Jatiluwih

Abstract

Agrotourism of Subak Jatiluwih is an agrotourism located in Tabanan Regency, renowned for its unique terracing system and its preservation of traditional irrigation methods, which has been recognized as a UNESCO World Heritage Site since 2012. The purpose of this research is to (a) analyze the influence of attributes on visitor trust at Subak Jatiluwih Agrotourism; (b) analyze the influence of image in shaping visitor trust at Subak Jatiluwih Agrotourism; (c) analyze the influence of service quality in shaping visitor trust at Subak Jatiluwih Agrotourism. This study employs both qualitative and quantitative approaches through a survey method by distributing questionnaire to 100 visitors at Subak Jatiluwih Agrotourism. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling with the SmartPLS 4.1.1 software. The result show that (a) agrotourism attributes significant effect on visitor trust; (b) the agrotourism image insignificant effect on visitor trust; (c) the quality of agrotourism services significant effect on visitor trust. Therefore, it is recommended to pay more attention to and improve the existing agrotourism image to influence visitor trust.

Keywords: Attributes, Image, Services, Trust, Agrotourism Subak Jatiluwih

PENDAHULUAN

Menurut Siregar dkk., (2022), agrowisata merupakan salah satu bagian dari pariwisata yang berfokus pada pemanfaatan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata. Menurut Jolly & Reynolds (2005, dalam Djuwendah, 2023), agrowisata ialah sebuah bisnis di sektor pertanian yang dijalankan oleh setiap petani dengan kegiatan yang berorientasi menyenangkan dan dapat mengedukasi para pengunjung. Pengembangan agrowisata diharapkan dapat menghasilkan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*Sustainable of Tourism Development*) yang berfokus pada keseimbangan antara aspek pengembangan dan penggunaan sumber daya, serta berorientasi pada keberlanjutan untuk jangka panjang. Kegiatan agrowisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan kerja baru dan mendatangkan pengunjung ke destinasi agrowisata tanpa merusak keaslian ekosistem pertanian yang sudah ada dan terbentuk (Sukendar, dkk., 2020). Terdapat salah satu desa yang berpotensi untuk pengembangan desa wisata dan sudah dikembangkan sejak tahun 1993, yaitu Desa Jatiluwih. Desa Jatiluwih memiliki potensi wisata alam yang unik serta menarik guna didatangi karena masih mempertahankan sistem irigasi tradisional (subak) dengan mengimplementasikan Tri Hita Karana. Subak Jatiluwih merupakan organisasi petani tradisional di Bali yang mengatur sistem irigasi sawah, telah diakui sebagai warisan budaya tak benda UNESCO sejak tahun 2012 (Kharisma, 2023).

Pengakuan dari UNESCO menjadikan Agrowisata Subak Jatiluwih menjadi terkenal hingga mancanegara sebagai destinasi berbasis alam dan budaya. Namun, Agrowisata Subak Jatiluwih masih mengalami beberapa permasalahan, yaitu pada atribut agrowisata mengenai eksistensi Agrowisata Subak Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia yang mulai menurun dikarenakan masih sedikitnya informasi dan pelaksanaan event budaya, ritual, serta tradisi pertanian (Susantika dkk., 2023). Walaupun Subak Jatiluwih dikenal dengan berbagai upacara pertanian (seperti upacara di Pura Subak), sebagian besar ritual masih dilakukan tertutup untuk komunitas lokal, sehingga mengakibatkan citra budaya menjadi terbatas, tanpa mampu memahami keunikan tradisi yang seharusnya menjadi kekuatan utama Jatiluwih menjadi warisan budaya dunia (WBD). Layanan yang diberikan oleh staff di Agrowisata Subak Jatiluwih masih dianggap kurang dalam menguasai informasi karena pada saat pembelian tiket masuk pengunjung tidak mendapatkan informasi mengenai sejarah dan potensi kawasan Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia, dan proses transaksi di loket tiket yang masih lama sehingga pengunjung merasa kurang nyaman (Widari, 2015).

Dalam membentuk kepercayaan pengunjung perlu untuk memperhatikan kelengkapan atribut, citra yang positif dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh suatu agrowisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari atribut, citra, dan layanan dalam membentuk kepercayaan pengunjung Agrowisata di Subak Jatiluwih Tabanan.

METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Studi dilaksanakan di Agrowisata Subak Jatiluwih, Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Studi dilaksanakan di bulan September 2024 – Juni 2025.

2.2 Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data

Studi ini memakai pendekatan *mix methods*, dengan menggabungkan data kuantitatif serta data kualitatif. Data kuantitatif didapat dengan pembagian kuesioner pada 100 responden yang ditentukan memakai teknik *convenience sampling*. Instrumen kuesioner dipakai guna mengukur persepsi responden pada atribut, citra, layanan, serta kepercayaan pengunjung agrowisata, menggunakan Skala Likert 1 – 5. Data kualitatif yang digunakan berasal dari hasil wawancara dengan pengelola agrowisata, sejarah agrowisata, dan catatan lapangan (Sukendar, dkk., 2023). Studi ini memakai sumber data primer serta sekunder, data primer yaitu data yang didapat berdasarkan wawancara dan kuesioner serta data sekunder berupa data dalam bentuk sudah jadi yang didapat dari dokumen, jurnal dan literatur pendukung (Sukendar, dkk., 2023).

Metode pengumpulan data yang dipakai ialah observasi, survei, wawancara, dokumentasi, serta studi literatur.

2.3 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif (Sukendar, dkk., 2023). Studi ini menganalisis data memakai bantuan software SmartPLS versi 4.1.1 yang dijalankan melalui komputer. Metode Partial Least Square (PLS) termasuk dalam teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian yang bisa menguji model pengukuran dan juga model struktural secara bersamaan. Menurut Hair dkk., (2019) serta Hamid dan Anwar (2019), penerapan SEM-PLS dilakukan melalui dua tahapan utama, yakni evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) yang mencakup pengujian validitas, reliabilitas, validitas konvergen, serta diskriminan, serta evaluasi model struktural (*Inner Model*) yang meliputi uji *R-Square*, *Q-Square*, analisis *FIT model*, serta pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Studi ini menggunakan 100 orang pengunjung dengan pembagian 50 orang pengunjung domestik dan 50 orang pengunjung mancanegara yang mengunjungi Agrowisata Subak Jatiluwih. Adapun karakteristik responden di studi ini mencakup jenis kelamin, daerah asal, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan serta usia.

a. Jenis Kelamin

Dari temuan dari pembagian kuesioner pada 100 orang responden, diketahui bahwa pengunjung Agrowisata Subak Jatiluwih mayoritas pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki ialah sejumlah 52% dan perempuan 48%. Temuan tersebut menandakan bahwasanya pengunjung berjenis kelamin laki-laki lebih tertarik guna mendatangi wisata alam.

b. Daerah Asal

Dalam penelitian ini, mengambil 50% pengunjung domestik dan 50% pengunjung dari mancanegara, dikarenakan ingin mengetahui sejauh mana perbedaan maupun kesamaan persepsi antara kedua segmen pengunjung tersebut dalam menilai atribut, citra, dan layanan yang disediakan, serta bagaimana ketiga faktor tersebut dapat membentuk kepercayaan pengunjung terhadap destinasi Agrowisata Subak Jatiluwih. Pengunjung domestik dibedakan menjadi dua yaitu Bali dan Luar Bali dengan persentase 28% Bali dan 22% luar Bali (Jawa Timur, Jakarta, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Sulawesi, dan NTT) dengan total 50% pengunjung domestik. Pengunjung yang berasal dari mancanegara sebesar 50% dengan kunjungan terbanyak berasal dari Amerika Serikat, Jerman, Norwegia, dan Prancis. Tingkat kunjungan dengan daerah asal yang beragam menunjukkan bahwa Agrowisata Subak Jatiluwih tidak hanya terkenal pada tingkat lokal saja tetapi bisa bersaing di pasar internasional.

c. Usia

Dari temuan penyebaran kuesioner pada 100 orang responden, diketahui bahwa pengunjung Agrowisata Subak Jatiluwih lebih didominasi oleh pengunjung kelompok umur dewasa awal berkisar antara 26 – 35 tahun sejumlah 32% dari total keseluruhan pengunjung. Pengunjung dengan kategori usia dewasa awal merupakan usia produktif yang sudah dianggap memiliki penghasilan sendiri sehingga keinginan untuk melakukan kegiatan wisata lebih sering dikarenakan kemampuan finansial, waktu dan tenaga yang mereka miliki untuk melakukan perjalanan wisata (Hidayah dan Widanti, 2023).

d. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan temuan dari pembagian kuesioner pada 100 orang responden, bisa diketahui bahwa latar belakang pendidikan pengunjung Agrowisata Subak Jatiluwih sangat bervariasi. Pengunjung sebagian besar yaitu 45%, memiliki pendidikan strata satu (S1), yang menunjukkan bahwa destinasi ini menarik perhatian kalangan terdidik, baik dari domestik maupun mancanegara. Pengunjung sebagian besar merupakan tamatan dari perguruan tinggi, yang menganggap bahwa berwisata ke Agrowisata Subak Jatiluwih bukan hanya sekedar

berlibur tetapi juga dapat menambah pengalaman dan pengetahuan (Masanda, dkk., 2019).

e. Pekerjaan

Dari temuan pembagian kuesioner pada 100 orang responden, sebagian besar pengunjung yang mengunjungi agrowisata ini berasal dari kalangan pegawai swasta, yang mencakup 28% dari total responden. Kelompok ini umumnya memiliki tujuan utama untuk berlibur karena pegawai swasta sedikit memiliki waktu libur karena pekerjaan mereka dalam satu pekan sangat padat. Oleh karena itu, mereka membutuhkan tempat untuk bersantai dan melepas penat setelah menjalani rutinitas kerja yang melelahkan (Musand, 2018).

f. Pendapatan

Dari temuan pembagian kuesioner pada 100 orang responden, 55% berasal dari kelompok pendapatan di atas 5 juta yang didominasi oleh pengunjung mancanegara, yang menunjukkan bahwa destinasi ini menarik perhatian pengunjung dengan daya beli yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Agrowisata Subak Jatiluwih lebih diminati oleh pengunjung yang memiliki kemampuan finansial yang lebih baik untuk mencari pengalaman wisata yang lebih berkualitas. Menurut Khodijah (2019), jika individu sudah bisa mencukupi kebutuhan primer serta mempunyai uang lebih maka akan digunakan guna menjalankan rekreasi, semakin tinggi rata-rata pendapatan individu, semakin tinggi keinginannya guna melakukan kegiatan bersenang-senang seperti melakukan perjalanan wisata.

3.2 Outer Model

Analisis Model Pengukuran (*Outer model*) dipakai guna menetapkan keterkaitan antara variabel laten serta variabel manifestasinya, atau cara berhubungan dengan variabel laten. Pada penelitian ini uji validitas di ujikan pada tiga variabel yakni variabel laten Atribut (X1), Citra (X2), Layanan (X3) dan Kepercayaan Pengunjung (Y1).

1. Uji Validitas

Outer loading digunakan sebagai parameter evaluasi validitas indikator, untuk mengindikasikan sejauh mana indikator dapat mencerminkan pengukuran variabel yang bersangkutan. Dalam konteks ini, nilai *outer loading* yang direkomendasikan sebagai standar minimal adalah 0,70.

Tabel 1. Uji Validitas, Cronbach's Alpha, dan AVE

No.	Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
1.	Atribut Agrowisata (X1)	X1.2	0.773	0.893	0.649
		X1.4	0.766		
		X1.7	0.869		
		X1.10	0.752		
		X1.11	0.897		
2.	Citra Agrowisata (X2)	X1.12	0.765	0.889	0.602
		X2.2	0.701		
		X2.6	0.732		
		X2.7	0.838		
		X2.8	0.825		
		X2.9	0.814		
3.	Layanan Agrowisata (X3)	X2.10	0.781	0.886	0.691
		X2.14	0.730		
		X3.2	0.894		
		X3.3	0.898		
		X3.5	0.852		
4.	Kepercayaan Pengunjung (Y1)	X3.6	0.756	0.866	0.598
		X3.8	0.743		
		Y1.1	0.763		
		Y1.2	0.748		

No.	Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
		Y1.4	0.708		
		Y1.6	0.728		
		Y1.7	0.844		
		Y1.8	0.839		

Sumber: Data Primer diolah, 2025

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas mengukur seberapa konsisten indikator-indikator dalam merepresentasikan suatu variabel. Batas minimum yang disarankan untuk Cronbach's Alpha serta Composite Reliability adalah 0,7.

3. Validitas Konvergen

Pengukuran nilai validitas konvergen dilakukan melalui *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai AVE yang direkomendasikan minimal 0,5.

4. Validitas Diskriminan

Dalam outer model PLS-SEM, validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa indikator tidak merepresentasikan konstruk lain yang tidak berkaitan. Validitas tersebut menemukan bahwasanya masing-masing konstruk mempunyai sifat yang khas. Di studi ini, uji validitas diskriminan dijalankan dengan pendekatan Fornell-Lacker dan analisis rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT).

Tabel 2. Uji Hipotesis Bootstapping (Heterotrait-Monotrait)

	Atribut Agrowisata (X1)	Citra Agrowisata (X2)	Layanan Agrowisata (X3)	Kepercayaan Pengunjung (Y1)
Atribut Agrowisata (X1)				
Citra Agrowisata (X2)	0.621			
Layanan Agrowisata (X3)	0.582	0.659		
Kepercayaan Pengunjung (Y1)	0.517	0.535	0.537	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan HTMT memperlihatkan bahwasanya setiap nilai berada di bawah ambang batas 0,9, maka hal tersebut menegaskan bahwasanya konstruk yang diuji telah mempunyai pemisahan yang memadai antarvariabel laten.

Tabel 3. Fornell-Larcker Criterion

	Atribut Agrowisata (X1)	Citra Agrowisata (X2)	Layanan Agrowisata (X3)	Kepercayaan Pengunjung (Y1)
Atribut Agrowisata (X1)	0.806			
Citra Agrowisata (X2)	0.545	0.776		
Layanan Agrowisata (X3)	0.526	0.587	0.831	
Kepercayaan Pengunjung (Y1)	0.489	0.482	0.493	0.773

Sumber: Data Primer di olah, 2025

Fornell-Larcker Criterion mengharuskan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk melebihi korelasi antara konstruk tersebut serta konstruk yang lain. Dari temuan pengolahan data di Tabel 4 (*Fornell Larcker Criterion*), didapat bahwasanya nilai akar kuadrat AVE sudah mencukupi syarat, yakni: variabel atribut 0,806, variabel citra 0.776, variabel layanan 0,831, dan variabel kepercayaan pengunjung 0,773.

3.3 Inner Model

Evaluasi ini difokuskan pada pengujian model hipotesis, yang mencakup analisis koefisien jalur (*path coefficients*) beserta tingkat signifikansinya. 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.

1. Uji R-Square

Nilai *R-Square* pada *inner model* PLS SEM digunakan guna mengukur sebesar apa konstruk eksogen (X1 Atribut, X2 Citra dan X3 Layanan) dapat menjelaskan konstruk endogen (Y1 Kepercayaan Pengunjung). Berdasarkan Chin (1998, Pratama, 2017), nilai *R-Square* sejumlah 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) hingga 0.19 (lemah). Nilai *R-square* yaitu 0.340, model ini dapat dikategorikan memiliki pengaruh moderat.

2. Uji Q-Square

Nilai *Q-Square* dalam *inner model* PLS SEM adalah mengukur relevansi prediktif dari model, ialah sebaik apa model variabel eksogen dalam memprediksi variabel endogen yang ada dalam model penelitian. *Effect size* bisa dikelompokan dalam tiga kategori mencakup lemah. (0,02), medium (0,15) serta besar (0,35) (Amelia dkk., 2024). Hasil *Q-squares* menunjukkan nilai 0.274 yang termasuk ke dalam kategori medium.

3. Pengujian Fit Model

Tabel 4. Hasil Uji Fit Model

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.097	0.097
d_ULS	2.814	2.814
d_G	2.505	2.505
Chi-square	1.004.559	1.004.559
NFI	0.553	0.553

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Uji fit model dalam inner model PLS SEM digunakan untuk mengetahui seberapa baik model struktural dapat menjelaskan data. Berdasarkan Tabel 4, sudah menunjukkan nilai SRMR yang $< 0,10$ yaitu 0,097 sehingga menunjukkan model struktural yang baik.

4. Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Perhitungan Bootstrapping

	Original sample (O)	T-statistik (O/STDEV)	P-values	Keterangan
Atribut Agrowisata (X1) -> Kepercayaan Pengunjung (Y1)	0,252	2,531	0,011	Diterima
Citra Agrowisata (X2) -> Kepercayaan Pengunjung (Y1)	0,203	1,847	0,065	Ditolak
Layanan Agrowisata (X3) -> Kepercayaan Pengunjung (Y1)	0,241	2,181	0,029	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, mengenai hasil perhitungan bootstrapping, adapun penjelasan mengenai perumusan hipotesis, yaitu:

1. Pengaruh Atribut Agrowisata terhadap Kepercayaan Pengunjung

Atribut agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung di Agrowisata Subak Jatiluwih. Temuan pengujian hipotesis menemukan nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 2,531 serta nilai p value $< 0,05$ ialah 0,011, maka bisa disimpulkan H_01 ditolak serta H_{a1} diterima yang diartikan bahwasanya atribut agrowisata berpengaruh signifikan.

2. Pengaruh Citra Agrowisata terhadap Kepercayaan Pengunjung

Citra agrowisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung di Agrowisata Subak Jatiluwih. Hal ini tidak sesuai dengan syarat yang sudah ditentukan dalam melakukan uji hipotesis nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 1,847 serta nilai p value $< 0,05$ ialah 0,065, maka bisa disimpulkan H_02 diterima yang diartikan bahwa citra agrowisata tidak berpengaruh signifikan dan H_{a2} ditolak.

3. Pengaruh Layanan terhadap Kepercayaan Pengunjung

Layanan agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung di Agrowisata Subak Jatiluwih. Hal ini sesuai dengan syarat yang sudah ditentukan

dalam melakukan uji hipotesis nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 2,181 serta nilai p value $< 0,05$ yaitu 0,029, maka bisa disimpulkan H_0 ditolak serta H_a diterima yang disimpulkan bahwasanya layanan agrowisata berpengaruh signifikan.

3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Atribut Agrowisata terhadap Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan pengujian hipotesis yang pertama, terbukti bahwa variabel atribut (X1) berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengunjung (Y1), dengan nilai koefisien (*original sample*) yaitu 0,252, dengan T-Statistik sejumlah 2,531 $> 1,96$ serta P-Value yaitu 0,011 $< 0,05$ maka bisa disimpulkan H_{a1} diterima dan menyatakan bahwa atribut agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung. Bila melihat dari berbagai indikator yang membentuk variabel atribut, maka indikator yang paling berpengaruh berdasarkan nilai outer loading yaitu X1.11 (ketersediaan restoran dan warung makan atau minuman penunjang agrowisata).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengunjung. Atribut daya tarik wisata merupakan komponen yang penting karena dapat digunakan untuk menarik pengunjung ke suatu daya tarik wisata (Sukendar, dkk., 2021). Dengan tersedianya atribut yang lengkap dan bervariasi maka semakin berpengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan pengunjung di Agrowisata Subak Jatiluwih. Jika atribut yang disediakan tidak lengkap dan tidak terawat maka semakin kecil pengaruhnya terhadap kepercayaan pengunjung agrowisata. Hal ini sejalan dengan studi yang dijalankan oleh Muna serta Karlina (2020), yang menyatakan bahwasanya atribut wisata berdampak secara signifikan pada kepercayaan pengunjung. Selain itu, Suwartika (2025) selaku pengelola DTW Jatiluwih, menyampaikan bahwa staf melakukan perawatan rutin setiap tiga minggu sekali untuk tetap menjaga kenyamanan dan kepercayaan dari pengunjung.

3.4.2 Pengaruh Citra Agrowisata terhadap Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan uji hipotesis kedua, dapat disimpulkan bahwasanya variabel citra (X2) berdampak positif tetapi tidak signifikan pada kepercayaan pengunjung (Y1). Hasil olah data memperoleh nilai koefisien yaitu 0.203, T-Statistik sebesar $> 1,96$ yaitu 1,847 dan nilai p value $< 0,05$ ialah 0,065, maka bisa disimpulkan H_{a2} ditolak dan H_0 diterima yang diartikan bahwa citra agrowisata tidak berpengaruh signifikan. Bila melihat dari berbagai indikator yang membentuk variabel citra, maka indikator yang paling berpengaruh berdasarkan nilai *outer loading* yaitu X2.7 (Citra kualitas produk agrowisata (produk pertanian dan produk olahan) yang dijual di agrowisata).

Temuan studi menemukan bahwasanya citra agrowisata tidak berdampak signifikan pada kepercayaan pengunjung. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwasanya semakin baik citra suatu destinasi, maka tidak memiliki pengaruh apapun terhadap kepercayaan pengunjung Agrowisata Subak Jatiluwih. Hal ini tidak sejalan dengan studi yang dijalankan oleh Pujiastuti dkk., (2024), menemukan bahwasanya citra agrowisata berdampak secara signifikan pada kepercayaan pengunjung.

3.4.3 Pengaruh Layanan Agrowisata terhadap Kepercayaan Pengunjung

Berdasarkan pengujian hipotesis yang ketiga, terbukti bahwa variabel layanan (X3) berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengunjung (Y1), dengan nilai koefisien yaitu 0,241, dengan T-Statistik sejumlah 2,181 $> 1,96$ sejumlah P-Value yaitu 0,029 $< 0,05$, maka bisa disimpulkan H_0 ditolak serta H_a diterima yang berarti bahwasanya layanan agrowisata berpengaruh signifikan. Bila melihat dari berbagai indikator yang membentuk variabel layanan, maka indikator yang paling berpengaruh berdasarkan nilai outer loading yaitu X3.3 (Waktu layanan yang dibutuhkan untuk menikmati layanan agrowisata).

Pengunjung akan merasa senang jika diberikan pelayanan yang cepat dan efisien sehingga akan menjadi pengalaman yang berkesan dan pengunjung akan menumbuhkan rasa percaya

terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih. Hal ini sejalan dengan studi yang dijalankan oleh (Pujiastuti dkk., 2024) serta (Mardani dkk., 2024), menemukan bahwasanya layanan wisata berdampak secara signifikan pada kepercayaan pengunjung. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari staf pengelola agrowisata yaitu Bapak Suwartika (2025), yang menyatakan bahwa layanan yang tersedia di Agrowisata Subak Jatiluwih seperti adanya jasa guide dan staf penjaga loket dapat memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan para pengunjung yang kesulitan memperoleh informasi di area Agrowisata Subak Jatiluwih. Selain itu, terdapat juga staf kebersihan dan staf keamanan yang rutin melakukan tugasnya sehingga para pengunjung menjadi nyaman dan percaya dengan tingkat keamanan saat berwisata di Agrowisata Subak Jatiluwih.

KESIMPULAN

Dari temuan studi, maka bisa disimpulkan:

1. Variabel atribut berpengaruh signifikan dalam membentuk kepercayaan pengunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa kelengkapan atribut dari Agrowisata Subak Jatiluwih memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk kepercayaan pengunjung.
2. Variabel citra agrowisata tidak berdampak signifikan pada kepercayaan pengunjung. Temuan tersebut menandakan bahwa variabel citra Agrowisata Subak Jatiluwih masih kurang mampu untuk membentuk kepercayaan pengunjung, sehingga perlu dilakukan peningkatan atau perbaikan.
3. Variabel layanan berpengaruh signifikan dalam membentuk kepercayaan pengunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan oleh pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk kepercayaan pengunjung. Pengunjung merasa senang jika diberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pengunjung dan sikap sopan dari staf menjadikan pengalaman yang berkesan dan menumbuhkan rasa percaya terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih.

Saran

Dari kesimpulan temuan studi, maka di ajukan saran-saran kepada pengelola agrowisata Subak Jatiluwih adalah sebagai berikut :

1. Atribut Agrowisata

Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih diharapkan dapat memberikan informasi melalui website dan media sosial Agrowisata Subak Jatiluwih mengenai jadwal kegiatan yang dilaksanakan, seperti adanya jadwal kegiatan dan pelaksanaan event. Pengunjung yang tertarik dengan kebudayaan dapat merencanakan kunjungan pada waktu yang tepat untuk menyaksikan secara langsung prosesi budaya atau ritual pertanian, sehingga pengalaman berkunjung yang didapatkan menjadi lebih bermakna, meningkatkan ketertarikan pengunjung, dan mendorong terbentuknya kepercayaan terhadap Agrowisata Subak Jatiluwih.

2. Layanan Agrowisata

Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada tahap awal kunjungan, yaitu saat pembelian tiket masuk. Layanan pada loket tiket masih dirasakan kurang optimal berdasarkan kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola melakukan perbaikan sistem pelayanan, seperti pembelian tiket secara daring melalui website jatiluwih dan mempercepat proses transaksi dengan cara menambahkan metode pembayaran dengan *e-money* untuk mengurangi antrean dan mempersingkat waktu tunggu.

3. Kepercayaan Pengunjung

Untuk dapat membentuk kepercayaan dari pengunjung, staf pengelola dapat melengkapi sarana dan prasarana yang berkaitan dengan kesehatan, seperti menyediakan *handsanitizer* di area masuk dan keluar *jogging track* dan memperbaiki keran air di area

jogging track agar pengunjung dapat mencuci tangan dan terhindar dari kuman dan penyakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. T. R. 2020. Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. (Vol. 19, Issue 2).
- Djuwendah, E. (2023). Peningkatan Kapasitas Petani Pengelola Agrowisata Dalam Mendukung Agrowisata Berkelanjutan. *Dharmakarya*, 12(2), 306.
- Kharisma, B. 2023. Strategi Pengembangan Digitalisasi Desa Wisata: Studi Kasus Desa Jatiluwuh, Tabanan. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 6(2).
- Lumanauw, N. (2024). Analisis Komponen Pariwisata 4A di Desa Jatiluwih Bali. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(2), 94–104.
- Muna, K. (2020). Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam | Vol. 3 No.2 Desember 2020. *Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 14–25.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36.
- Nugraha, I. P. N. A., Pradnyawathi, N. L. M., & Yusiana, L. S. (2018). Rencana jalur interpretasi wisata alam di Desa Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Arsitektur Lansekap*, October 2018, 151.
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125.
- Priyandoko, Z., Syarifudin, D., Herlina, E., & Rantini, R. (2023). Potensi Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Adat Di Desa Jatiluwih Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 10(2), 313–329.
- Pujiastuti, E. E., Joko, H., Utomo, N., Tasyqila, A. N., Ilmu, J., & Bisnis, A. 2022.
- 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.
- Raihan Wishal Nafis. 2020. Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.
- Siregar, S., Rangkuti, K., & Prandini, E. G. (2022). Agrowisata Kebun Jeruk Hijau Manis dan Strategi Pengembangannya. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 6(1), 64–70.
- 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
- Sukendar, N. M. C., Pitana, I. G., & Surya Diarta, I. K. 2021. Pengaruh Atribut dan Kualitas Layanan Agrowisata Taman Edelweis terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Wisatawan di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 9(2).
- Susanty, I. I. D. A. R., & Renjaan, M. J. 2021. Perilaku Wisatawan Pantai Ngurbloat dan Ngursarnadan Era New Normal Terhadap Keputusan Berwisata. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 116–127.
- Suwartika, I Wayan. 2025. Pengelola Agrowisata Subak Jatiluwih
- Suardana, & Kristianto, Y. (2022). Jurnal Kajian Bali. *Journal of Bali Studies*, 11(2), 370–386.
- Wardana, I. G. A. F. W., & Adikampana, I. M. (2018). Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), 78.