

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA AGROWISATA PETIK STROBERI

**Rosita Noviana<sup>1</sup>, Safira Fathin<sup>2</sup>, Nida Nurlivi Fauziyah<sup>3</sup>,  
Dian Andrayani<sup>4</sup>, Prisca Nurmala Sari<sup>5</sup>, Mulyani<sup>6</sup>**

<sup>1,2)</sup>Business Creation Program, Management Department, BINUS Business School Undergraduate Program, BINUS University, Jakarta, Indonesia

<sup>3)</sup>Digital Business Program, Insan Cita Indonesia University, Jakarta, Indonesia

<sup>4,5,6)</sup>Business and Retail Management Program, Politeknik Digital Boash Indonesia, Bogor, Indonesia  
e-mail : <sup>1)</sup>[rosita.noviana@binus.ac.id](mailto:rosita.noviana@binus.ac.id), <sup>2)</sup>[safira.fathin@binus.ac.id](mailto:safira.fathin@binus.ac.id)

(Diterima 17 Maret 2025/Revisi 2 Juni 2025/Disetujui 17 September 2025)

### ABSTRACT

*One form of agrotourism in the agricultural sector that is quite popular is strawberry-picking tourism. To increase the number of visits, tourism managers need to understand the strengths and weaknesses of the services offered in order to formulate appropriate improvement priorities. This study aims to identify consumer characteristics, evaluate attributes in the service quality dimension, and analyze the level of visitor satisfaction with strawberry-picking agrotourism. The study was conducted from August 2023 to January 2024 through a survey of 100 visitors who had or were visiting the tourist attraction. The analysis methods employed include descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA), and Customer Satisfaction Index (CSI). The results of the IPA mapping show that there are six attributes in Quadrant I (top priority for improvement), indicating the potential for service growth that needs to be improved. A total of 15 attributes are in Quadrant II, which means that their performance has been in line with expectations and needs to be maintained. Meanwhile, four attributes are in Quadrant III, indicating that these attributes have a low priority for improvement. A CSI value of 84.84% indicates that visitors are satisfied with the services received. These findings provide strategic input for agrotourism managers in formulating targeted improvement steps to improve service quality and maintain visitor satisfaction sustainably.*

**Keywords:** agritourism, customer satisfaction index, importance performance analysis, service quality

### ABSTRAK

Salah satu bentuk agrowisata di sektor pertanian yang cukup populer adalah wisata petik stroberi. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan, pengelola objek wisata perlu memahami kekuatan dan kelemahan layanan yang ditawarkan agar dapat merumuskan prioritas perbaikan yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, mengevaluasi atribut dalam dimensi kualitas layanan, serta menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap agrowisata petik stroberi. Penelitian dilaksanakan pada Agustus 2023 hingga Januari 2024 melalui survei terhadap 100 pengunjung yang pernah atau sedang mengunjungi objek wisata tersebut. Metode analisis yang digunakan mencakup analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil pemetaan IPA menunjukkan bahwa terdapat 6 atribut yang berada pada Kuadran I (prioritas utama perbaikan), mengindikasikan potensi pertumbuhan layanan yang perlu ditingkatkan. Sebanyak 15 atribut berada pada Kuadran II, yang berarti kinerjanya telah sesuai dengan harapan dan perlu dipertahankan. Sementara itu, 4 atribut berada di Kuadran III, menandakan bahwa atribut tersebut memiliki prioritas rendah untuk perbaikan. Nilai CSI sebesar 84,84% menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap layanan yang diterima. Temuan ini memberikan masukan strategis bagi pengelola agrowisata dalam merumuskan langkah-langkah perbaikan yang tepat sasaran untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** agrowisata, indeks kepuasan pelanggan, *importance performance analysis*, kualitas layanan

## PENDAHULUAN

Agrowisata telah menjadi salah satu sektor pariwisata yang mengalami pertumbuhan pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Kombinasi antara pengalaman wisata alam dengan aktivitas pertanian memberikan nilai tambah bagi destinasi wisata dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan domestik maupun internasional (Amalia et al., 2024). Salah satu bentuk agrowisata yang paling populer adalah agrowisata petik stroberi, yang menawarkan pengalaman langsung bagi wisatawan untuk menikmati hasil pertanian segar dari sumbernya. Selain memberikan manfaat rekreasi, sektor ini juga berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui peluang usaha baru serta pengembangan ekonomi berbasis komunitas (Saepudin et al., 2022; Surya Yudha Regif et al., 2023). Konsep pertanian terus mengalami perkembangan, dengan munculnya berbagai paradigma baru yang memberikan pemaknaan lebih luas terhadap sektor ini. Pertanian tidak lagi hanya terbatas pada aktivitas budidaya (usaha-tani), tetapi juga mencakup berbagai faktor pendukung yang berperan dalam keseluruhan proses, mulai dari tahap hulu hingga hilir (Pratiwi et al., 2017; Roeskani Sinaga et al., 2023).

Agrowisata memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan, indikator keberhasilan dari agrowisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam dan ketersediaan produk pertanian, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri agrowisata sangat dipengaruhi oleh persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan (Hangui, 2024). Dengan demikian, pengelola destinasi harus terus melakukan evaluasi dan peningkatan dalam aspek pelayanan guna menciptakan pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Dwi Hersanty et al., 2023).

Keberhasilan agrowisata tidak hanya bergantung pada daya tarik objek wisata, tetapi juga pada pengalaman yang dirasakan pe-

langgan selama kunjungan pengunjung. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman yang memuaskan akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali serta memberikan rekomendasi positif kepada calon wisatawan lain (Ratih & Noer, 2024). Dengan meningkatnya kompetisi antar destinasi agrowisata, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Idrus, 2024).

Selain itu, minat wisatawan terhadap aktivitas berbasis alam dan ekowisata semakin meningkat pasca-pandemi, yang mengarah pada peningkatan permintaan terhadap pengalaman wisata yang autentik dan berkualitas tinggi (Turtureanu et al., 2025). Dengan demikian, penelitian ini dirasa perlu dan penting untuk dilakukan sebagai pemahaman mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang dilakukan oleh agrowisata petik stroberi serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pengunjung.

Penelitian mengenai kepuasan para pelanggan atau konsumen dapat dilakukan untuk memberikan rekomendasi strategis kepada pelaku agrowisata. Penelitian kepuasan dikaji dengan alat analisis berupa *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengunjung, salah satunya tingkat kepuasan terhadap agroeduwisata (Puspita et al., 2021a). Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif, yang dikombinasikan dengan CSI dan IPA. Hasil kajian dari penelitian menyampaikan gambaran tingkat kepuasan pengunjung berada pada kategori tinggi, dengan skor CSI terbilang 78,79%. Berdasarkan analisis IPA, aspek keamanan dari Lokasi tempat wisata dan fasilitas khusus penginapan diidentifikasi sebagai prioritas utama untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Selain itu, berbagai atribut lain seperti manfaat yang diperoleh dari kegiatan agroeduwisata, tingkat responsivitas pemandu, kenyamanan lokasi, serta sikap sopan dan ramah yang ditunjukkan oleh pemandu telah menunjukkan kinerja yang cu-

kup baik. Faktor lain yang turut berkontribusi adalah kemudahan komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan, keberagaman pilihan paket agroeduwisata, ketersediaan fasilitas pendukung, serta fasilitas konsumsi yang memadai. Selain itu, aspek kerapuhan pemandu juga menjadi salah satu elemen yang dinilai positif. Mengingat pencapaian yang telah diperoleh, atribut-atribut ini perlu terus dijaga dan dipertahankan guna memastikan pengalaman yang optimal bagi para pengunjung.

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada pengembangan agrowisata dengan metode CSI, rata-rata mendapat skor kepuasan pelanggan lebih dari 80%. (Lainatussifa et al., 2021a; Mulyo et al., 2021; Puspita et al., 2021b; Saputra et al., 2020; Suprianti et al., 2025). Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan wisata mangrove mendapat skor CSI sekitar 62% (Irna Tahir et al., 2025). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, wisatawan sebagai konsumen sudah merasa cukup puas atas kunjungannya di wisata hutan mangrove. Hasil kajian dari beberapa penelitian terdahulu menggambarkan keberagaman hasil angka kepuasan pelanggan yang relatif sama, tergantung pada produk unggulan di kawasan agrowisata dan variabel lainnya.

Variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan objek wisata telah menjadi fokus beberapa penelitian dengan temuan yang beragam. Berdasarkan salah satu hasil kajian, ditemukan empat variabel yang dominan, yakni keberwujudan (*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology/ICT*) (Salim et al., 2021). Sementara itu, penelitian lain menyimpulkan bahwa tujuh indikator bauran pemasaran untuk jasa (7P) merupakan variabel yang secara signifikan memengaruhi *customer satisfaction* (Andi et al., 2023; Tobing et al., 2021). Selain variabel kepuasan, terdapat pula kajian yang secara spesifik berfokus pada identifikasi dan analisis faktor-faktor yang mendorong tingkat permintaan terhadap agrowisata kebun stroberi (Anggiana Ruspandi & Kamilah, 2023). Faktor lainnya yang terbukti berpengaruh terhadap perminta-

aan meliputi tingkat pendapatan pengunjung, jarak tempuh menuju lokasi, serta durasi waktu sejak pertama kali mengetahui keberadaan destinasi tersebut. Sementara itu, terdapat beberapa faktor yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap permintaan, di antaranya adalah biaya yang dibutuhkan untuk melakukan perjalanan, jumlah anggota keluarga yang termasuk dalam tanggungan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, serta usia para wisatawan. Sedangkan (Sihotang & Oktarina, 2022) menemukan faktor yang berbeda, hasilnya yaitu pelanggan merasa lebih baik dengan dihadirkannya aplikasi *e-service*. Serupa hasil keajian dari penelitian yang dilakukan oleh (Trinoto & Zamakhsari, 2021).

Analisis terhadap tingkat kepuasan pelanggan di destinasi agrowisata Bali Pulina menggambarkan hubungan antara beberapa faktor kunci yang berkontribusi pada kepuasan pengunjung, antara lain, keunggulan pelayanan, bukti fisik, jaminan, daya tanggap, serta empati yang ditunjukkan oleh karyawan (Purnami et al., 2019). Faktor-faktor ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangan agrowisata Bali Pulina di masa mendatang agar lebih optimal. Selanjutnya, penelitian lain menemukan bahwa kualitas pelayanan ditemukan sebagai salah satu indikator yang berpengaruh positif secara langsung terhadap tingkat kepuasan konsumen, sehingga peningkatan kualitas layanan dapat dirumuskan sebagai salah satu alternatif strategi utama yang dapat diterapkan sebagai prioritas untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung (Siswadi, 2020).

Tingkat kepuasan pengunjung memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengunjung pada suatu destinasi agrowisata (Lainatussifa et al., 2021b). Sementara itu, hasil analisa melalui beberapa penelitian menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan langsung dan positif dengan loyalitas pengunjung serta minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Dwi Hersanty et al., 2023; Purnami et al., 2019; Siswadi, 2020). Berbagai penelitian lainnya juga mengidentifikasi sejumlah faktor

yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada kepercayaan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas dan kecenderungan untuk kembali mengunjungi destinasi agrowisata tertentu (Lainatussifa et al., 2021b; Purnami et al., 2019; Siswadi, 2020).

Penelitian ini membatasi kajiannya pada pengukuran kepuasan pelanggan agrowisata petik stroberi di wilayah X selama periode 5 bulan. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi atribut layanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja berbeda. Selanjutnya, *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan keseluruhan pelanggan secara kuantitatif. Ruang lingkup ini dipilih untuk memberikan gambaran yang jelas tentang aspek layanan mana yang perlu diperbaiki dan bagaimana tingkat kepuasan pengunjung secara umum, sehingga hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi yang tepat bagi pengelola agrowisata.

Faktor kualitas layanan memang berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun dalam konteks agrowisata dengan daya tarik utama berupa pengalaman alam, faktor ini tidak selalu menjadi determinan utama (Sukaris, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap destinasi wisata (Dwi Hersanty et al., 2023; Siswadi, 2020). Namun, masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman bagaimana aspek-aspek spesifik kualitas layanan berinteraksi dengan karakteristik demografis pelanggan, seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman berkunjung sebelumnya, dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan (Muzayannah et al., 2024). Gap penelitian ini menjadi penting untuk diisi dengan tujuan mengetahui secara lebih spesifik faktor-faktor kualitas layanan yang paling signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan di agrowisata petik stroberi serta bagaimana faktor demografis memoderasi hubungan tersebut. De-

ngan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut layanan utama yang menentukan kepuasan pelanggan sekaligus mengkaji pengaruh variabel demografis terhadap persepsi kualitas layanan di agrowisata petik stroberi.

Penelitian ini menunjukkan perbedaan signifikan dibandingkan studi terdahulu dalam aspek lokasi, variabel, indikator, dan atribut yang dianalisis. Berbeda dari kajian sebelumnya yang umumnya berfokus pada agrowisata secara umum dengan pendekatan deskriptif dan analisis CSI agregat, penelitian ini secara spesifik mengevaluasi kepuasan pelanggan di agrowisata petik stroberi wilayah X dengan mengintegrasikan metode CSI dan IPA secara simultan, serta memetakan 25 atribut layanan berdasarkan lima dimensi *Service Quality* (SERVQUAL). Penelitian ini juga memperkenalkan atribut-atribut kontekstual seperti kejelasan prosedur penukaran tiket dan SOP layanan rombongan yang belum banyak disentuh dalam kajian sebelumnya. Selain itu, dimensi kebaruan lain terletak pada analisis diferensiasi persepsi berdasarkan karakteristik demografis pengunjung, suatu pendekatan yang masih jarang diterapkan dalam studi kepuasan pelanggan agrowisata. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menghasilkan pemetaan yang lebih tajam terhadap prioritas perbaikan layanan, tetapi juga memperluas pemahaman teoritis mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan heterogenitas konsumen dalam konteks agrowisata berbasis pengalaman.

Penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan studi-studi sebelumnya dalam berbagai aspek utama, sehingga memberikan kontribusi kebaruan (*novelty*) yang jelas. Dari sisi lokasi, penelitian ini secara khusus dilakukan di destinasi agrowisata petik stroberi di wilayah X, yang belum banyak dijadikan fokus kajian secara empiris dalam literatur terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Puspita et al., 2021a; Putri et al., 2024) pada agroeduwisata Cigombong atau oleh (Purnami et al., 2019) di Bali Pulina. Dari sisi variabel, penelitian ini tidak hanya mengukur kepuasan secara umum, tetapi mengaitkan

kualitas pelayanan dengan persepsi pelanggan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL serta memetakan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut layanan (Parasuraman et al., 1988). Sementara banyak studi terdahulu hanya mengandalkan pendekatan deskriptif atau CSI secara agregat, penelitian ini mengintegrasikan IPA untuk memetakan prioritas perbaikan layanan secara visual dan strategis.

Jika dilihat dari aspek indikator dan atribut, penelitian ini menguji secara lebih mendetail 25 atribut layanan yang mencakup kelengkapan fasilitas fisik, sikap dan responsivitas karyawan, aksesibilitas, kenyamanan emosional, dan keinginan untuk melakukan kunjungan ulang. Beberapa atribut seperti penukaran tiket yang jelas, penempatan petunjuk arah lokasi, dan keberadaan SOP layanan untuk rombongan merupakan indikator kontekstual yang jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini menguji perbedaan persepsi antara harapan dan ke nyataan berdasarkan latar belakang demografi pengunjung, suatu pendekatan yang belum menjadi fokus dalam kajian terdahulu, yang umumnya masih memandang pelanggan sebagai populasi homogen. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemetaan empiris yang lebih rinci dan kontekstual atas kualitas layanan agrowisata petik stroberi, tetapi juga menawarkan kerangka evaluasi layanan berbasis atribut prioritas dan heterogenitas konsumen yang dapat menjadi rujukan praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan daya saing dan pengalaman pelanggan secara berkelanjutan.

## METODE

### JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan pada kajian penelitian merupakan jenis data primer yang bersumber langsung dari para pengunjung agrowisata petik stroberi yang berkunjung di waktu *weekend*, sebelum meninggalkan kawasan wisata petugas pintu keluar akan memberikan souvenir berupa jus stroberi sekaligus dengan lembaran survey untuk meni-

lai kepuasan atas kunjungannya. Pengumpulan data tersebut dilakukan melalui penyebaran kuisioner terstruktur kepada 100 orang pengunjung atau wisatawan yang melakukan kunjungan pada agrowisata petik stroberi. Penentuan sampel yang dijadikan acuan pada penelitian ini menerapkan teknik *convenience sampling*, yang memungkinkan pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan pengunjung saat penelitian berlangsung. Proses pengambilan data dilaksanakan dalam rentang waktu dari Agustus 2023 hingga Januari 2024.

### ANALISIS DATA

Penelitian dilakukan dan dikaji secara kuantitatif dengan menggunakan dua pendekatan yaitu, secara deskriptif dan juga komparatif. Pendekatan secara deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi objektif terkait kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di agrowisata petik stroberi (Roman & Kawęcki, 2024). Sementara itu, pendekatan komparatif dilakukan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kategori tertentu, seperti demografi, latar belakang sosial ekonomi, serta pengalaman sebelumnya dalam menggunakan layanan serupa (Novita, 2024).

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan sejauh mana harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dapat terpenuhi. Atribut kepuasan pelanggan dalam kajian penelitian ini meliputi tingkat pengharapan pelanggan pada kualitas pelayanan, persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan, dan tingkat kesesuaian antara harapan dan realitas (Jibril & Aruan, 2024).

Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan responden, yaitu pelanggan yang telah mengunjungi agrowisata petik stroberi minimal satu kali dalam kurun waktu tertentu (Siswadi, 2020).

Pengujian validitas sangat penting dalam melakukan penilaian kecukupan kuisioner, dengan kemampuan seluruh pernyataan item untuk mengukur kelayakan dan keandalan (Umar, 2008). Suatu kuisioner dianggap valid

apabila seluruh item pernyataannya memenuhi kriteria pengukuran untuk dapat memastikan validitas keseluruhan kuisioner (Ghozali, 2016). Dengan demikian, validitas suatu penilaian terhadap setiap atribut dapat ditentukan berdasarkan nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Nilai ini digunakan sebagai indikator untuk menilai apakah suatu item layak digunakan dalam pengukuran atau tidak layak untuk digunakan pada tahapan analisa lanjutannya. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas antara lain meliputi:

- a) Jika nilai  $r$  hitung lebih besar ( $>$ ) dari  $r$  tabel dengan nilai ambang batas 0,5, maka pernyataan tersebut dapat dikategorikan sebagai valid, yang berarti instrumen atau item yang diuji memiliki tingkat keterandalan yang baik dalam mengukur variabel yang dimaksud.
- b) Sebaliknya, apabila nilai  $r$  hitung lebih kecil ( $<$ ) dari  $r$  tabel dengan nilai 0,5, maka pernyataan tersebut diasumsikan tidak valid. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen atau item yang diuji tidak memiliki korelasi yang cukup kuat dengan variabel yang diukur, sehingga kurang dapat dipercaya dalam menghasilkan data yang akurat.

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi variabel atau atribut kuisioner untuk memastikan kepercayaan hasil pengukuran. Penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) sebagai ukuran reliabilitas, sebagaimana dijelaskan oleh (Ghozali, 2016). Kriteria untuk melakukan evaluasi keandalan biasanya termasuk dalam menilai konsistensi internal item pada kuisioner, konsistensi ukuran pada berbagai penggunaan dan sejauh mana skor yang diamati dipengaruhi oleh kesalahan dalam pengukuran. Periksa penelitian kriteria dapat menentukan keandalan alat pengukuran dan konsistensi atribut yang telah dilakukan. Berikut kriteria uji reliabilitas, yaitu:

- a) Uji statistik *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), suatu variabel dapat dikatakan reliabel pada nilai koefisien  $\alpha$  lebih tinggi ( $>$ ) dari 0.70.

- b) Uji statistik *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), suatu variabel dapat dikatakan tidak reliabel jika nilai koefisien  $\alpha$  lebih kecil ( $<$ ) dari 0.70 (Quang et al., 2025).

Pengujian perihal validitas dan juga reliabilitas pada pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24.

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG (IPA)

Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan metode analisis data yang bersifat sederhana dan mudah diterapkan untuk mengevaluasi tingkat kepentingan serta kinerja suatu atribut dalam rangka merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif (Nurmala & Astuti, 2019). Teknik ini digunakan untuk mengukur sejauh mana ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk jasa atau pelayanan dibandingkan dengan persepsi pengunjung terhadap kinerja aktual dari produk atau layanan tersebut (Tjiptono & Chandra, 2016). Analisis ini digunakan untuk melihat tingkat kepentingan kualitas layanan yang mencerminkan seberapa penting suatu atribut layanan bagi pengunjung serta sejauh mana harapan pengunjung terhadap kinerja layanan yang diberikan. Sementara itu, tingkat kinerja layanan mengacu pada pengalaman nyata yang diterima pengunjung saat menggunakan layanan tersebut. Penentuan total skor tingkat kepentingan dan kinerja, dilakukan penjumlahan atas penilaian yang direkap dari hasil penilaian dari konsumen.

Selanjutnya, hasil perhitungan ini divisualisasikan dalam Diagram Kartesius, di mana setiap atribut dipetakan berdasarkan skor rataan yang diperoleh. Skor angka rataan kinerja (X) menentukan pemetaan atribut tersebut berdasarkan sumbu X, sedangkan skor angka rata-rata tingkat kepentingan (Y) menentukan pemetaan atribut berdasarkan sumbu Y (Saputra et al., 2020). Adapun persamaan yang digunakan dalam perhitungan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = tingkat kecocokan

Xi = skor evaluasi kinerja

Yi = skor evaluasi tingkat kepentingan

Diagram Kartesius adalah suatu alat pemetaan menggunakan suatu sistem koordinat yang digunakan untuk memetakan data dalam sebuah bidang yang terbagi menjadi empat kuadran. Pembagian ini didasarkan pada dua garis yang berpotongan saling tegak lurus serta berpotongan pada titik pusat, yang berfungsi sebagai dasar untuk memetakan posisi setiap titik data. Untuk menyusun Diagram Kartesius, digunakan persamaan berikut:

$$X = \frac{\sum X}{k}$$

$$Y = \frac{\sum Y}{k}$$

Keterangan:

X = skor rataan tingkat kinerja seluruh atribut z

Y = skor rataan tingkat kepentingan dari seluruh atribut yang berpengaruh pada kepuasan konsumen

k = jumlah atribut berpengaruh pada kepuasan konsumen (k=25)

Tahap akhir dalam analisis menggunakan diagram kartesius adalah melakukan konversi terhadap setiap atribut yang telah dipetakan dalam diagram tersebut. Setiap atribut akan dipetakan sesuai kelompoknya pada salah satu kuadran berdasarkan karakteristik dan tingkat kepentingannya. Beberapa atribut dengan kondisi khusus juga dapat dikategorikan sesuai dengan posisi yang paling relevan dalam diagram. Visualisasi lebih lanjut mengenai pembagian kuadran pada suatu Diagram Kartesius dapat digambarkan melalui Gambar 1 berikut ini :



**Gambar 1. Diagram Kartesius**

Sumber : Rangkuti, 2006

## ANALISIS TOTAL KEPUASAN PENGUNJUNG (CSI)

*Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah suatu indeks yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh (Trinoto & Zamakhsari, 2021). Indeks ini diperoleh dengan membandingkan harapan pelanggan terhadap suatu layanan dengan kenyataan yang pengunjung terima, yang diukur melalui berbagai atribut kualitas layanan. Metode CSI telah banyak diterapkan dalam berbagai penelitian untuk mengevaluasi kualitas layanan di berbagai sektor industri, termasuk industri agrowisata (Bachtiar et al., 2020). Adapun tahapan yang digunakan dalam pengukuran CSI adalah sebagai berikut:

- Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*  
pada nilai MSS dihasilkan dari rata-rata angka tingkat harapan dan rata-rata angka tingkat kenyataan(Anurrasyid & Sumitra, 2019), yaitu:

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n X_i]}{n}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel pengunjung

Yi= skor kepentingan atribut ke-i

Xi= skor kinerja atribut ke-i

- Weighting Factors (WF)*

merupakan nilai yang menunjukkan rata-rata angka tingkat harapan (MIS-i) pada setiap atribut, yang disajikan dalam ben-

tuk persentase (%) dari total MIS untuk semua atribut yang dianalisis.

$$\frac{MISS}{\sum MIS} \times 100$$

c) *Weighted Score (WS)*

merupakan fungsi dari MSS, dikali dengan WF. Setiap aspek layanan akan memiliki kontribusi yang lebih signifikan terhadap CSI berdasarkan tingkat kepentingannya bagi pelanggan (Hidayah, 2025).

$$WS = MSS \times WF$$

d) *Weighted Average Total (WT)*

merupakan total WS dari atribut ke-1 (a) hingga atribut ke-n (a).

$$\sum WS$$

e) *Customer Satisfaction Index (CSI)*

merupakan nilai dari WA yang dihitung dengan cara dibagi terhadap HS, yang dapat dikatakan dalam bentuk persen. Proses perhitungan ini banyak diterapkan dalam berbagai penelitian sebagai tujuan agar memperoleh pengertian yang lebih lanjut serta menyeluruh terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan. Dengan pendekatan ini, analisis dapat dilakukan secara lebih terstruktur untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan guna memenuhi harapan pelanggan secara optimal (Kirana et al., 2025):

$$CSI = \frac{WT}{\text{nilai maks Skala Likert}}$$

Kriteria tingkat kepuasan disajikan secara terperinci dilihat pada tingkat kepuasan kriteria pelanggan pada Tabel 1, yaitu:

**Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan**

Indeks	Interpretasi
0% < CSI ≤ 20%	Sangat Tidak Puas
20% < CSI ≤ 40%	Tidak Puas
40% < CSI ≤ 60%	Cukup Puas
60% < CSI ≤ 80%	Puas
80% < CSI ≤ 100%	Sangat Puas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

Berdasarkan hasil pengolahan data pada kajian penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (75%), sejalan dengan temuan (Ayu Bakti et al., 2023; Jaya & Dewi, 2025) yang menunjukkan dominasi responden perempuan dalam studi sejenis. Kelompok kategori usia responden sebagai berikut kelompok 26-50 tahun mendominasi dengan 47%, diikuti oleh usia 18-25 tahun sebesar 43%, usia di atas 50 tahun sebesar 6%, dan di bawah 17 tahun sebesar 4%. Mayoritas responden berumur lebih dari 35 tahun, yang umumnya merupakan ibu dengan setidaknya satu anak (Salsabila et al., 2024).

Tingkat pendidikan responden juga bervariasi, dengan mayoritas lulusan SMA/SMK (65%), diikuti oleh S1 (29%), D3 (5%), dan S2 (1%). Dari segi pekerjaan, 30% adalah ibu rumah tangga, 25% pelajar/mahasiswa, 24% karyawan swasta, 4% pegawai negeri sipil, dan 17% memiliki profesi lain. Responden juga terbagi menjadi beberapa kategori pendapatan yaitu 42% memiliki penghasilan lebih dari Rp 2.500.000 per bulan, 22% berkisar antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000, 21% antara Rp 500.000 – Rp 1.500.000, dan 15% kurang dari Rp 500.000.

Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung agrowisata petik stroberi dengan berbagai motivasi. Sebanyak 40% datang untuk berelaksasi, 29% ingin menambah pengetahuan dan pengalaman, 9% termotivasi oleh alasan pribadi, masing-masing 6% mencari interaksi sosial atau karena rasa ingin tahu, dan 1% memiliki alasan lain di luar kategori tersebut.

### UJI VALIDITAS

Pengujian terkait validitas bertujuan untuk memastikan agar setiap pernyataan pada kuesioner benar-benar mampu menilai dan mengukur variabel yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, validitas diukur menggunakan metode *Correlated Item-Total Correlation*, yang

hasilnya dapat dilihat pada Lampiran 1. Analisis menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki nilai korelasi yang melebihi ambang batas sebesar 0,1946, yang merupakan nilai kritis dalam menentukan validitas instrumen penelitian. Dengan demikian, setiap poin pernyataan yang disajikan pada kuesioner dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan selanjutnya pada tahapan analisis data lebih lanjut untuk memperoleh hasil yang akurat dan terpercaya.

### UJI REALIBILITAS

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, di mana suatu instrument atau variabel yang diuji dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70. Berdasarkan data hasil olah data pada Tabel 2 diketahui bahwa seluruh instrumen atau variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dalam rentang 0,877 hingga 0,953. Nilai ini menggambarkan instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik (Setiabudhi et al., 2024). Hal ini membuktikan bahwa responden memberikan jawaban yang relatif konsisten terhadap butir-butir pertanyaan dalam satu variabel yang sama. Tingginya nilai reliabilitas ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mampu secara stabil mengukur persepsi kualitas pelayanan sesuai dengan dimensi yang dirancang dalam kerangka teori.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan 5 Dimensi**

Nilai Cronbach		Atribut	Keterangan
Kenyataan	Alpha Harapan		
0,877	0,905	Tangible	
0,877	0,905	Reliability	
0,929	0,923	Responsibility	Reliable
0,953	0,895	Assurance	
0,941	0,941	Emphaty	

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Dimensi *tangible* yang mencakup aspek visual dan fasilitas fisik seperti kebersihan, kerapuhan, serta tampilan staf dipersepsikan se-

bagai satu kesatuan yang utuh. Dimensi *reliability* dan *responsibility* menunjukkan bahwa pengunjung secara konsisten menilai ketepatan waktu, kecepatan layanan, serta ketanggungan staf sebagai bagian penting dari keandalan operasional. Dimensi *assurance* mencerminkan bahwa sikap profesional dan sopan santun staf menjadi indikator utama yang membentuk rasa aman dan kepercayaan pengunjung. Sementara itu, dimensi *empathy* menunjukkan keselarasan persepsi pengunjung terhadap perhatian dan pelayanan personal yang diberikan, dengan nilai reliabilitas yang identik antara kenyataan dan harapan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk kualitas layanan telah terukur secara tepat, dan setiap atribut dalam masing-masing dimensi berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan persepsi layanan secara menyeluruh.

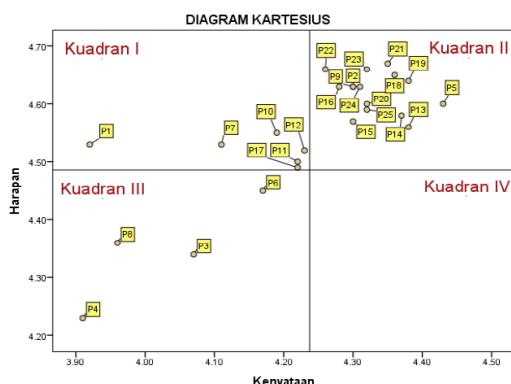
### ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG

Analisis IPA atau *Importance Performance Analysis* telah banyak digunakan di berbagai disiplin ilmu (Ban et al., 2024) mengemukakan terkait metode IPA ini menjadi alat yang untuk mengidentifikasi fokus area perusahaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Peneliti juga menekankan bahwa IPA memungkinkan perusahaan mengevaluasi atribut layanan berdasarkan ekspektasi pelanggan serta persepsi terhadap kinerjanya, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Muzayanah et al., 2024). Oleh karena itu, hal ini dapat membantu pengelola agrowisata petik stroberi, merumuskan strategi perbaikan layanan berdasarkan prioritas pelanggan (Murniati et al., 2024).

Atribut-atribut layanan yang dikaji melalui penelitian ini terdiri dari 25 atribut pernyataan untuk menilai kualitas layanan berdasarkan dua aspek utama, yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Pengukuran ini bertujuan untuk memahami sejauh mana setiap atribut berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung serta bagaimana kinerja pengelola dalam memenuhi harapan tersebut. Hasil

pengolahan data terkait dengan angka rataan tingkat kepentingan dan angka rataan tingkat kinerja dalam pengelolaan agrowisata petik stroberi disajikan secara rinci pada Lampiran 1. Data tersebut memberikan gambaran lebih jelas mengenai faktor atribut apa saja dapat dikatakan berjalan dengan baik termasuk faktor atribut apa saja yang disarankan masih perlu ditingkatkan performanya.

Berdasarkan Lampiran 2 perhitungan dengan menggunakan metode IPA menghasilkan angka rataan tingkat kinerja ( $X$ ) senilai 4,24 dan pada skor tingkat kepentingan ( $Y$ ) senilai 4,55. Pada nilai Tk<sub>i</sub> yang diperoleh yaitu Tk<sub>i</sub> lebih kecil ( $<$ ) dari 1, yang menyatakan bahwa kinerja pada atribut belum memenuhi kepuasan pengunjung. Pada tahap selanjutnya hasil perhitungan IPA dilakukan pemetaan dalam diagram kartesius agar dapat mengetahui prioritas yang melakukan perbaikan atribut. Hasil pemetaan Diagram Kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Hasil Pemetaan Diagram Kartesius**

Sumber : Peneliti, 2024

### Diagram Kartesius-Kuadran I

Peta kuadran yang digunakan sebagai kuadran prioritas utama adalah Kuadran 1. Sejalan dengan penelitian (Khumaedi, 2025) terdapat 2 atribut yang harus diperbaiki pada kuadran I, sedangkan ditemukan juga 6 atribut yang perlu diperbaiki. Pertama, pada atribut lokasi yang strategis dan mudah dijangkau pada penelitian ini adalah letaknya yang sedikit sulit ditemukan, karena kurangnya petunjuk jalan dalam menuju lokasi agrowisata petik stroberi. Berdasarkan nilai atribut de-

ngan tingkat kenyataan 3,92% dan nilai tingkat harapan 4,53%, yang menunjukkan adanya kesenjangan signifikan (Irna Tahir et al., 2025). Pada atribut ini dirasa perlu memberi kemudahan pelanggan dalam mencari titik temu lokasi yang akurat dengan menambahkan tanda panah pada setiap pertigaan atau perempatan jalan agar dapat memudahkan pengunjung menemukannya. Kedua, atribut toilet yang bersih, menurut para pengunjung keadaan toilet menjadi salah satu penilaian dalam menentukan kepuasan pengunjung, karena jika keadaan toilet yang kotor, pembuangan air yang bermasalah, dapat membuat pengunjung merasa kurang nyaman saat menggunakan. Maka itu, manajemen agrowisata petik stroberi harus memiliki Standar Operasional Pekerja (SOP) bagi petugas toilet. Ketiga, atribut karyawan berpenampilan rapi dan bersih. Menurut penelitian (Cahyo et al., 2025), penampilan dan kebersihan staf memainkan peran penting dalam menciptakan interaksi yang nyaman dengan pelanggan. Keempat, atribut ketepatan jam operasional perlu diperbaiki karena saat ini sering terjadi penumpukan pengunjung di waktu yang sama, sehingga manajemen perlu mengatur waktu dengan baik. Kelima, kecepatan layanan yang diberikan kurang cepat, sehingga agrowisata petik stroberi harus menerapkan SOP agar petugas dapat melakukan semua aktivitas sesuai dengan tugasnya. Terakhir, atribut karyawan memberikan layanan yang sudah sesuai harapan, menurut hasil wawancara ada beberapa pengunjung yang merasa karyawan belum memberikan layanan sesuai SOP, sehingga manajemennya seharusnya memberikan SOP tertulis kepada karyawan untuk dapat membedakan penerusan tiket masuk pada rombongan dan penerusan tiket masuk pada pelanggan umum.

### Diagram Kartesius-Kuadran II

Agrowisata petik stroberi diketahui sudah memiliki berbagai atribut yang tergolong penting oleh pengunjung dan sudah memenuhi ekspektasi pengunjung. Fasilitas utama seperti area parkir yang luas dan strategis dinilai

mendukung kenyamanan, sementara tempat tunggu yang rapi dan bersih mendapatkan nilai tingkat kenyataan 4,43% dan tingkat harapan 4,60%. Fasilitas ibadah yang memadai, termasuk perlengkapan ibadah dan tempat wudhu yang bersih, juga menjadi faktor penting dengan nilai kenyataan 4,30% dan harapan 4,63%. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas yang memadai memiliki peran penting dalam meningkatkan kesenangan dan loyalitas wisatawan dalam kunjungan ke agrowisata (Piras & Pedes, 2025). Selain itu, proses pembelian tiket yang cepat (kenyataan 4,38%, harapan 4,56%) turut meningkatkan pengalaman pengunjung. Hasil kajian penelitian tersebut sejalan dengan hasil kajian penelitian yang juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan di Kebun Raya Bali, yang membuktikan bahwa aksesibilitas dan fasilitas yang memadai berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan (Arcana & Pranatayana, 2022).

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan agrowisata petik stroberi dinilai responsif dan ramah, dengan atribut seperti pemberian informasi yang jelas (kenyataan 4,37%, harapan 4,58%), sikap sopan dan ramah (kenyataan 4,38%, harapan 4,64%), serta layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung (kenyataan 4,28%, harapan 4,63%). Hubungan komunikasi yang baik antara pengunjung dan staf mendapatkan nilai kenyataan 4,36% dan harapan 4,65%, sementara kepuasan keseluruhan terhadap layanan mencapai kenyataan 4,26% dan harapan 4,66%. Mayoritas pengunjung merasa nyaman (kenyataan 4,32%, harapan 4,60%) dan berminat untuk kembali berkunjung (kenyataan 4,32%, harapan 4,59%). Hasil ini selaras dengan penelitian di Kebun Raya Bali yang menemukan bahwa pelayanan sumber daya manusia yang baik, termasuk keramahan dan kesigapan karyawan, berkontribusi besar terhadap kepuasan wisatawan (Mo, 2024). Agrowisata petik stroberi harus mempertahankan kualitas fasilitas dan layanan ini, agar terus meningkatkan kepuasan pengunjung.

### Diagram Kartesius-Kuadran III

Peta kuadran III merupakan area yang menggambarkan atribut dengan kategori ini diasumsikan kurang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung dan memiliki kinerja yang cukup memuaskan meskipun tidak dianggap sebagai prioritas utama untuk perbaikan (Styaningrum et al., 2024). Sama halnya dengan penelitian (Khumaedi, 2025), terdapat empat atribut dalam kuadran ini yang perlu dipertimbangkan jika ingin ditingkatkan, sementara penelitian (Tobing et al., 2021) menemukan delapan atribut dalam kuadran yang sama. Salah satu atribut yang termasuk dalam kategori ini adalah keberadaan berbagai hewan seperti kelinci, kambing, dan marmut, yang meskipun disukai oleh anak-anak, hanya mendapatkan nilai kenyataan 4,07% (tingkat kepuasan terhadap kinerja yang ada) dan nilai harapan 4,34% (tingkat ekspektasi pengunjung terhadap atribut ini). Begitu pula dengan area bermain air yang terdiri dari arum jeram anak dan kolam renang anak, yang memperoleh nilai kenyataan 3,91% dan nilai harapan 4,23%. Kedua atribut ini memberikan pengalaman tambahan bagi pengunjung, tetapi tidak terlalu berdampak pada tingkat kepuasan keseluruhan karena selisih antara kinerja dan harapan masih dalam batas yang dapat diterima.

Selain itu, keberadaan tempat sampah di setiap sudut juga masuk dalam kuadran III merupakan bukan prioritas utama dalam perbaikan kinerja (Sarianti & Putriana, 2011). Pada penelitian ini memiliki nilai kenyataan 4,17% dan nilai harapan 4,45%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa cukup puas dengan fasilitas tempat sampah yang tersedia, meskipun ada harapan untuk sedikit peningkatan dalam penyebarannya di beberapa titik. Selanjutnya, wahana air dapat meningkatkan interaksi pengunjung dengan lingkungan wisata, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan masih relatif rendah dibandingkan dengan fasilitas utama, seperti kenyamanan lokasi dan kebersihan area wisata.

ta (Luekveerawattana, 2025). Spot foto yang menarik, seperti pemandangan alam dan saung stroberi, juga termasuk dalam kategori ini dengan nilai kenyataan 3,96% dan nilai harapan 4,36%. Perbedaan antara kedua nilai ini menunjukkan bahwa meskipun spot foto memberikan daya tarik tambahan, keberadaannya tidak menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, meskipun atribut-atribut ini memberikan nilai tambah, prioritas perbaikannya dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung yang lebih mendesak, karena tingkat kepuasan terhadap kinerja yang ada masih dalam kategori cukup baik.

#### Diagram Kartesius--Kuadran IV

Peta kuadran IV merupakan area pemetaan yang menggambarkan atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya terhadap perusahaan, karena bagi pelanggan pelaksana yang diberikan sudah memuaskan pelanggan. Dengan kata lain, pengunjung merasa bahwa aspek ini telah memenuhi ekspektasi pengunjung, namun terbilang belum secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan keseluruhannya (Kejang et al., 2024). Pada penelitian ini tidak ditemukan ada atribut yang terpetakan pada kuadran IV, sehingga belum ada atribut yang dianggap sudah sangat memuaskan oleh pengunjung agrowisata petik stroberi (Boley et al., 2017; Lasarudin & Yoanda, 2024).

#### ANALISIS TOTAL KEPUASAN PENGUNJUNG

Analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengukur kepuasan keseluruhan pengunjung terhadap layanan agrowisata petik stroberi dalam suatu destinasi wisata. Berdasarkan hasil perhitungan pada Lampiran 3, CSI mencapai 84,84%, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merasa sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Namun, masih terdapat beberapa keluhan yang disampaikan secara langsung maupun melalui media sosial. Beberapa pengunjung mengeluhkan sikap karyawan

yang dianggap kurang ramah dan tidak menjelaskan prosedur dengan jelas, terutama terkait penukaran tiket dan informasi fasilitas. Selain itu, penurunan jumlah kunjungan pada bulan-bulan tertentu juga menjadi sinyal bahwa ada aspek layanan yang belum konsisten. Hal ini sejalan dengan hasil pemetaan IPA pada Kuadran I yang mengidentifikasi 6 atribut layanan penting namun berkinerja rendah yang harus segera diperbaiki. Maka dari itu, pengelola perlu mengambil langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan pengunjung yang tersisa sebesar 15,16%. Keputusan strategis ini berguna untuk memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi di masa mendatang (Nasyuha et al., 2025).

Secara mendalam, angka CSI 84,84% menunjukkan bahwa pengunjung secara umum memiliki pengalaman positif selama berinteraksi dengan layanan agrowisata petik stroberi. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan telah memenuhi sebagian besar ekspektasi yang dianggap penting oleh konsumen. Beberapa atribut dengan nilai *Weighted Score* (W'S) tinggi, seperti pelayanan sopan dan ramah, kenyamanan lokasi, kelengkapan fasilitas ibadah, serta kejelasan informasi yang diberikan karyawan, memberikan kontribusi signifikan terhadap tingginya nilai CSI tersebut. Atribut-atribut ini tidak hanya dipersepsikan sebagai penting (MIS tinggi), tetapi juga memiliki tingkat kinerja yang memuaskan (MSS tinggi), sehingga bobotnya dalam indeks keseluruhan menjadi besar.

Namun demikian, hasil ini juga mengungkap adanya ketimpangan parsial antara harapan dan realitas, terutama pada atribut yang berada dalam kuadran prioritas perbaikan IPA, seperti kejelasan prosedur penukaran tiket, kebersihan toilet, dan ketepatan jam operasional. Meskipun kontribusinya terhadap CSI secara keseluruhan mungkin tidak sebesar atribut lain, namun performa rendah pada atribut-atribut ini tetap berdampak terhadap persepsi konsumen yang sensitif terhadap kualitas layanan yang menyangkut kenyamanan dan kejelasan. Ini ditunjukkan dari MSS yang cenderung lebih rendah dibanding MIS pada atribut-atribut tersebut, yang me-

nyebabkan penurunan nilai *Weighted Score* lokal

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Mayoritas pengunjung yang datang ke agrowisata petik stroberi adalah perempuan berusia antara 26 hingga 50 tahun. Sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir pada jenjang SMA/SMK dan sebagian besar responden bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga, dengan tingkat pendapatan bulanan yang melebihi Rp 2.500.000. Motivasi utama para pengunjung dalam memilih destinasi ini adalah untuk mencari pengalaman yang menyenangkan sekaligus merilekskan diri dari rutinitas sehari-hari.

Meskipun destinasi ini memiliki daya tarik tersendiri, hasil penelitian mengungkap bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pengunjung. Masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi dan realitas yang dirasakan, sehingga beberapa aspek layanan perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa tidak ada satu pun atribut yang memiliki Tingkat Kesesuaian (Tki) lebih besar dari 1, yang berarti bahwa layanan yang diberikan masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk meningkatkan kualitas layanan agar lebih sesuai dengan ekspektasi wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis IPA, terdapat enam atribut dalam kuadran I (prioritas utama) yang perlu segera ditingkatkan, di antaranya aksesibilitas lokasi, kebersihan toilet, kerapuhan tampilan karyawan, ketepatan jam operasional, kecepatan layanan, serta standar pelayanan karyawan. Sementara itu, beberapa atribut dalam kuadran II (pertahankan prestasi) menunjukkan bahwa pengelola perlu mempertahankan kualitas layanan yang sudah memenuhi harapan pelanggan, seperti fasilitas parkir, tempat ibadah, serta keramahan dan responsivitas karyawan.

Selain itu, terdapat beberapa atribut dalam kuadran III (prioritas rendah) yang memiliki tingkat kepentingan lebih rendah bagi pelanggan, seperti keberadaan hewan di area wisata dan area bermain air. Walaupun bukan prioritas utama, peningkatan pada aspek ini dapat menjadi nilai tambah dalam jangka panjang. Sementara itu, dalam kuadran IV (berlebihan), tidak ditemukan atribut yang dianggap terlalu berlebihan atau tidak diperlukan.

Tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan CSI mencapai 84,84%, yang menunjukkan bahwa secara umum pengunjung merasa sangat puas terhadap layanan yang diberikan. Namun, untuk mencapai kepuasan yang maksimal, agrowisata petik stroberi perlu melakukan perbaikan terhadap beberapa aspek layanan yang masih memiliki kesenjangan antara harapan dan kenyataan, sebagaimana telah dipetakan dalam diagram kartesius. Pengelola Agrowisata petik stroberi dapat meningkatkan kualitas layanan dan memastikan pengalaman wisata yang lebih baik dengan perbaikan berkelanjutan.

### SARAN

Secara konteks manajerial, nilai CSI sebesar 84,84% adalah pencapaian yang baik, namun juga memberikan indikasi bahwa masih terdapat ruang sebesar 15,16% yang belum optimal. Cela ini merupakan potensi perbaikan yang harus direspon secara strategis, utamanya pada atribut-atribut yang memiliki gap tinggi antara harapan dan kenyataan, meskipun secara umum bobotnya mungkin tidak dominan. Dengan melakukan peningkatan pada aspek-aspek ini, bukan hanya nilai CSI yang dapat ditingkatkan, tetapi juga potensi loyalitas pelanggan, citra destinasi, dan promosi *word-of-mouth* yang lebih kuat akan terbentuk.

Lebih lanjut, penggunaan CSI dalam penelitian ini tidak hanya memberikan penilaian agregat, tetapi juga menyajikan pendekatan sistematis untuk mengukur kontribusi setiap atribut layanan terhadap persepsi kepuasan secara proporsional. Artinya, pendekatan ini

memungkinkan pengelola untuk tidak hanya mengetahui seberapa puas pengunjung secara umum, tetapi juga mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang memberikan dampak besar maupun kecil terhadap total kepuasan, sehingga strategi peningkatan layanan dapat disusun secara lebih terarah dan prioritatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. S., Ulya, F. H., Safitri, A., Nadhifah, C., & Amelia, T. (2024). Peran Agrowisata dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal: Studi Kasus Agrowisata Purwosari, Kecamatan Mijen, Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2(2), 104–110. <https://doi.org/10.62379/jepag.v2i1.2311>
- Andi, A., Suyono, S., Sudarno, S., Panjaitan, H. P., & Syahriza, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Salon Orchid Cabang Sukajadi Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 344–360. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v11i3.4112>
- Anggiana Ruspandi, D., & Kamilah, A. (2023). Faktor-Faktor Permintaan dan Nilai Ekonomi Agrowisata Sweetberry dengan Pendekatan Travel Cost Method. *Cefars : Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 6(2), 15–29. <https://doi.org/10.33558/cefars.v6i2.8261>
- Anurrasyid, A., & Sumitra, I. D. (2019). Elementary School Learning Media Application Based on Android with Customer Satisfaction Index Method. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662(2), 022017. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022017>
- Arcana, K. T. P., & Pranatayana, I. B. G. (2022). Analisis Persepsi Pengunjung Kebun Raya Bali menggunakan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 100–109.
- <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.44022>
- Ayu Bakti, A. B., Sekar Tanjung, G., & Djazuli, R. A. (2023). ANALISIS ANALISIS Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Petik Buah Jambu Kristal Kota Batu. *JURNAL AGRIBISNIS*, 12(2), 150–158. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2859>
- Bachtiar, M., Anggraini, R. I., & Shalihati, F. (2020). Using The Important Performance Analysis To Improve Product and Service Attribute Performance in Regional-Owned Enterprise. *Business Review and Case Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.17358/brcs.1.1.14>
- Ban, O., Botezat, E., Coita, D., Pop, A.-M., & Ban, A. (2024). Bringing Management Expertise In The Decision-Making Process Through A Dynamic Importance-Performance ANALYSIS. 23, 491–512.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66–77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
- Cahyo, E. D., Astriyantika, M., & Kartika, N. M. A. W. (2025). Importance Performance Analysis (IPA) of the service quality dimensions at Poli Tour & Travel. *ABEC Proceedings*, 12.
- Dwi Hersanty, N. A., Farmayanti, N., & Dewi, T. G. (2023). Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Bakso Bakwan Malang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 326–340. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.326-340>
- Ghozali, I. (2016). *Applikasi Analisis Multivariete SPSS* 23.
- Hangui, S.-I. (2024). A structural model of customer experience in rural tourism. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(4), 633–645.

- https://doi.org/10.1108/CBTH-03-2024-0088
- Hidayah, R. T. (2025). Exploring The Effects of E-Service Quality and E-Trust on Consumers' E-Satisfaction and Tokopedia's E-Loyalty: Insights From Gen Z Online Shoppers. *International Journal of Digital Marketing Science*, 2(1), 41–50.  
<https://doi.org/10.54099/ijdms.v2i1.1198>
- Idrus, N. A. (2024). Technology application in aviation, tourism and hospitality: Recent developments and emerging issues. *Information Technology & Tourism*, 26(3), 583–585.  
<https://doi.org/10.1007/s40558-024-00290-3>
- Irna Tahir, I. T., Oktawati, N. O., & Susilo, H. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Graha Mangrove Kota Bontang. *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis*, 12(1), 19–29.  
<https://doi.org/10.30872/jppa.v12i1.299>
- Jaya, I. G. B. R., & Dewi, N. L. P. K. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian di PT Bali Coklat Junglegold Bali: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian di PT Bali Coklat Junglegold Bali. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 5(2), 85–94.  
<https://doi.org/10.47701/ha7t1455>
- Jibril, M., & Aruan, D. T. H. (2024). Examining Indonesian Tourists' Outlook on Rural Tourism: Qualitative Analysis of Servqual and E-Servqual Dimensions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 21(1), 12–31.  
<https://doi.org/10.29313/performa.v21i1.3354>
- Kejang, Y., Ni Ketut Arismayanti, & I Nyoman Sunarta. (2024). Analysis of Tourist Satisfaction Level Towards Various Components of Umauta Tourism Village, East Nusa Tenggara. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(04), 1170–1189.  
<https://doi.org/10.63922/ajmesc.v4i04.1148>
- Khumaedi, K. (2025). Analisis Kepuasan Mahasiswa ITH Terhadap SIAKAD Dengan Metode EUCS. *SISITI: Seminar Ilmiah Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 14(2), 94–107.  
<https://doi.org/10.36774/sisiti.v14i2.1752>
- Kirana, F. M., Muhammad, K., Uletika, N. S., Safitri, T. A., & Siregar, R. R. (2025). Solo Technopark Service Quality Development Strategy to Increase Visitor Satisfaction using CARTER. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, Vol 27 No 1, 20–27.  
<https://doi.org/10.32424/1.jame.2025.27.1.14540>
- Lainatussifa, L., Priatna, W. B., & Suwarsinah, H. K. (2021a). Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*, 11(1), 45–64.  
<https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Lainatussifa, L., Priatna, W. B., & Suwarsinah, H. K. (2021b). Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*, 11(1), 45–64.  
<https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Lasarudin, A., & Yoanda, P. P. (2024). The implementation of Importance Performance Analysis (IPA) to determine the quality of service towards the tourists' expectations of Al-Fatih tour & travel. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(1), 107–115.  
<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i1.13188>
- Luekveerawattana, R. (2025). Optimizing green routes for agro-tourism: Insights from Samut Songkhram Province, Thailand. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2460709.

- https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2460709
- Mulyo, J. H., Rohmah, F., Perwitasari, H., & Nasir, M. A. (2021). The Service Quality of Kampoeng Kopi Banaran Agrotourism, Central Java Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 662(1), 012003. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/662/1/012003>
- Murniati, K., Riantini, M., & Windyata, A. V. (2024). Evaluating Tourism Performance through Tourist Perceptions: A Case Study of Petengoran Mangrove Tourism in Lampung, Indonesia. *Jurnal Sylva Lestari*, 13(1), 1-20. <https://doi.org/10.23960/jsl.v13i1.976>
- Muzayyahah, F. N., Miharja, R., & Tazliqoh, A. Z. (2024). Evaluating service quality in Indonesian rural tourism: The RURALQUAL model approach. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 6(02). <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.10416>
- Nasyuha, A. H., Habibie, D. R., Kurniawati, D., & Suryati, P. (2025). Menilai Kepuasan Produk Menggunakan CSI Berdasarkan Respons Konsumen. *Format: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 66. <https://doi.org/10.22441/format.2025.v14.i1.006>
- Novita, M. D. (2024). The Effect of Business Ethics and Social Responsibility Relationships on Consumer Satisfaction of BumDes Agrotourism Petik Melon. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 4(02), 139-148. <https://doi.org/10.47030/tadj.v4i02.864>
- Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (2019). Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (The Analysis of Preferences and Customer Satisfaction on Rice in Mulyorejo District, Surabaya, East Java). *Jurnal Sains Terapan*, 1(1), 42-53. <https://doi.org/10.29244/jstsv.1.1.42-53>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Piras, F., & Pedes, F. (2025). The Impact of Socio-Economic Factors on the Development of Rural Tourism: Italian Case Based on a Regional Analysis. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.3390/tourhosp601003>
- Pratiwi, N. A., Harianto, H., & Daryanto, A. (2017). Peran Agroindustri Hulu dan Hilir Dalam Perekonomian dan Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.17358/jma.14.2.127>
- Purnami, N. N. A., Suryawardani, Iga. O., & Suamba, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Bali Pulina untuk Membentuk Minat Kunjungan Ulang. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 59. <https://doi.org/10.24843/JAA.2019.v08.i01.p07>
- Puspita, D., Ismail, A., & Burhanuddin, B. (2021a). Analisis Kepuasan Pengunjung Program Agroeduwisata Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong, Kabupaten Bogor. *Forum Agribisnis*, 11(2), 109-121. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.2.109-121>
- Puspita, D., Ismail, A., & Burhanuddin, B. (2021b). Analisis Kepuasan Pengunjung Program Agroeduwisata Taman Teknologi Pertanian (TTP) Cigombong, Kabupaten Bogor. *Forum Agribisnis*, 11(2), 109-121. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.2.109-121>
- Putri, R. R., Nurmalina, R., & Suprehatin, S. (2024). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Jeruk Lokal Rimau Gerga Lebong di Pulau Sumatera. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(2), 330-344. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.2.330-344>

- Quang, T. D., Tran, N. M. P., Sthapit, E., & Garrod, B. (2025). Exploring Guests' Satisfaction and Dissatisfaction with Homestay Experiences: A Netnographic Study of a Rural Tourism Destination in Vietnam. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 26(4), 712–736. <https://doi.org/10.1080/15256480.2024.2350005>
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring customer satisfaction*. Gramedia.
- Ratih, I. K., & Noer, L. R. (2024). Impact of Tourist Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Bibliometric Review and Content Analysis. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10744–10755. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.1263>
- Roeskani Sinaga, Doni Sahat Tua Manalu, Palupi Permata Rahmi, Ahmad Zainuddin, Dyanasari Dyanasari, Prisca Nurmala Sari, Tursina Andita Putri, Herawati Herawati, Mulyani Mulyani, Ni Made Wirastika Sari, Syahrul Ganda Sukmaya, & Rosita Noviana. (2023). *PEMASARAN PRODUK AGRIKISNIS* (Doni Sahat Tua Manalu, Ed.). CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Roman, M., & Kawęcki, N. (2024). Agritourism in academic research: Literature review and cluster analysis. *Turyzm/Tourism*, 34(1), 45–55. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.34.1.04>
- Saepudin, P., Putra, F. K. K., Hernowo, A., Maemunah, I., & Dianawati, N. (2022). Community-Based Agritourism: A Qualitative Research of the Impacts, Opportunities, and Constraints in a Tourist Village. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(8), 2320. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8\(64\).24](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8(64).24)
- Salim, I., Ricardo, R., Mz, S. B., & Marisa, T. (2021). Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Layanan Ride Hailing di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.135>
- Salsabila, A., Abubakar, A., & Azzahra, F. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(04), 81–95. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10499765>
- Saputra, M. D., Mulyo, J. H., & Nugroho, A. D. (2020). The Quality Services of Agrowisata Hortimart Agro Center Bawen Sub-District, Semarang District. *Journal of Agribusiness Management and Development*, 1(1), 67–77. <https://doi.org/10.22146/jamadev.v1i1.972>
- Sarianti, T., & Putriana, Rr. P. E. (2011). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Midori Japanese Restaurant Cabang K.H. Wahid Hasyim Jakarta Pusat. *Jurnal Sains Terapan*, 1(1), 54–65. <https://doi.org/10.29244/jstsv.1.1.54-65>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan Smart PLS 4* (I. P. H. H. Duari, Ed.). Borneo Novelty Publishing.
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2439>
- Siswadi, F. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53. <https://doi.org/10.29244/jpi.18.1.42-53>
- Styaningrum, A., Rahayu, E. S., & Handayani, S. M. (2024). Analysis of customer satisfaction of Kebun Refugia Magetan agrotourism in Magetan. *SVU-International Journal of Agricultural Sciences*, 6(1), 73–83.

- https://doi.org/10.21608/svuijas.2024.261379.1330 17(9), 3998.  
<https://doi.org/10.3390/su17093998>
- Sukaris, S. (2024). Increasing Customer Satisfaction through Rural Tourism's Quality Service, Experience, and Offered Value. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 11(1), 29–44.  
<https://doi.org/10.24252/minds.v11i1.45305>
- Suprianti, R., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2025). Visitor Satisfaction at PAS TJ Grape Plantation Agrotourism in Singkawang. *Business Review and Case Studies*, 6(1), 176.  
<https://doi.org/10.17358/brcs.6.1.176>
- Surya Yudha Regif, Nasution, F. A., & Bangun, I. C. (2023). Upaya Peningkatan Kesejahteraan Komunitas Lokal Melalui Adopsi Praktik Agrowisata di Desa Wisata Denai Lama. *Jurnal Kajian Agraria dan Kedaulatan Pangan (JKAKP)*, 2(2), 34–40.  
<https://doi.org/10.32734/jkakp.v2i2.14284>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tobing, T. A., Nurminalina, R., & Jahroh, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 43–54.  
<https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.43-54>
- Trinoto, A. A., & Zamakhsari, A. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Pelayanan Pelanggan dengan Metode CSI dan ServQual. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 5(3), 342.  
<https://doi.org/10.30998/string.v5i3.9178>
- Turtureanu, A.-G., Crețu, C.-M., Pripoiae, R., Marinescu, E. Ștefan, Sîrbu, C.-G., & Talaghir, L.-G. (2025). Sustainable Development Through Agritourism and Rural Tourism: Research Trends and Future Perspectives in the Pandemic and Post-Pandemic Period. *Sustainability*,

**Lampiran 1. Hasil Uji Validitas terhadap 5 Dimensi**

Dimensi	Atribut	r hitung		r tabel	Ket.
		Kenyataan	Harapan		
<i>Tangible</i>	(P1) Lokasi agrowisata petik stroberi terbilang strategis dan mudah dijangkau	0,356	0,655		
	(P2) Lahan atau area parkir terbilang sudah memadai	0,654	0,677		
	(P3) Memiliki berbagai macam hewan (kelinci, kambing, dan marmut)	0,629	0,720		
	(P4) Memiliki area bermain air yang memadai	0,674	0,724		
	(P5) Memiliki tempat tunggu yang rapi dan bersih	0,709	0,634	0,1946	valid
	(P6) Memiliki tempat sampah yang terletak di setiap sudut	0,603	0,709		
	(P7) Memiliki toilet yang bersih	0,770	0,726		
	(P8) Memiliki spot foto yang menarik	0,743	0,755		
	(P9) Memiliki tempat ibadah, perlengkapan ibadah yang lengkap, dan tempat wudhu yang bersih	0,745	0,663		
	(P10) Karyawan berpenampilan rapi dan bersih	0,698	0,748		
<i>Reliability</i>	(P11) Ketepatan jam operasional yang sudah ditetapkan	0,930	0,927	0,1946	valid
	(P12) Kecepatan Layanan yang diberikan	0,906	0,923		
	(P13) Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama	0,757	0,748		
	(P14) Karyawan menyampaikan informasi yang jelas dan juga mudah dipahami	0,899	0,858		
<i>Responsibility</i>	(P15) Karyawan cepat tanggap dan memahami permintaan pengunjung	0,842	0,888	0,1946	valid
	(P16) Karyawan memberikan layanan yang dibutuhkan pengunjung	0,872	0,786		
	(P17) Karyawan memberikan layanan yang sudah sesuai harapan	0,832	0,855		
	(P18) Hubungan komunikasi antara pengunjung dan karyawan berjalan baik	0,912	0,831		
<i>Assurance</i>	(P19) Karyawan bersikap sopan dan ramah	0,924	0,847	0,1946	valid
	(P20) Pengunjung merasa nyaman berada di agrowisata petik stroberi	0,923	0,841		
	(P21) Pelayanan yang diberikan memenuhi ekspektasi para pengunjung	0,757	0,748		
<i>Emphaty</i>	(P22) Pelayanan yang diberikan membuat para pengunjung merasa puas	0,899	0,858	0,1946	valid
	(P23) Karyawan tidak membedakan dalam melayani pengunjung	0,842	0,888		
	(P24) Pengunjung puas terhadap layanan yang diberikan	0,872	0,786		
	(P25) Pengunjung berminat untuk mengunjungi kembali agrowisata petik stroberi	0,832	0,855		

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

### Lampiran 2. Hasil Penghitungan IPA

No.	Atribut	Tingkat Kenyataan (Xi)	Tingkat Harapan (Yi)	X	Y	Tki
1	Lokasi agrowisata petik stroberi terbilang strategis dan mudah dijangkau	39	453	3,92	4,53	0,87
2	Lahan atau area parkir terbilang sudah memadai	430	463	4,30	4,63	0,93
3	Memiliki berbagai macam hewan (kelinci,kambing, dan marmut)	407	434	4,07	4,34	0,94
4	Memiliki area bermain air yang memadai	391	423	3,91	4,23	0,92
5	Memiliki tempat tunggu yang rapi dan bersih	443	460	4,43	4,60	0,96
6	Memiliki tempat sampah di setiap sudut	417	445	4,17	4,45	0,94
7	Memiliki toilet yang bersih	411	453	4,11	4,53	0,91
8	Memiliki spot foto yang menarik	396	436	3,96	4,36	0,91
9	Memiliki tumpuhan beribadah yang lengkap dan tempat wudhu yang bersih	430	463	4,30	4,63	0,93
10	Karyawan berpenampilan bersih dan menarik	419	455	4,19	4,55	0,92
11	Ketepatan jam operasional yang sudah ditetapkan	422	450	4,22	4,50	0,94
12	Kecepatan layanan yang diberikan	423	452	4,23	4,52	0,94
13	Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama	438	456	4,38	4,56	0,96
14	Karyawan menyampaikan informasi yang jelas dan juga mudah dipahami	437	458	4,37	4,58	0,95
15	Karyawan cepat tanggap dan memahami permintaan pengunjung	430	457	4,30	4,57	0,94
16	Karyawan memberikan layanan yang dibutuhkan pengunjung	428	463	4,28	4,63	0,92
17	Karyawan memberikan layanan yang susah sesuai harapan	422	449	4,22	4,49	0,94
18	Pengunjung dan karyawan berjalan dengan baik	436	465	4,36	4,65	0,94
19	Karyawan bersikap sopan dan ramah terhadap pengunjung	438	464	4,38	4,64	0,94
20	Pengunjung merasa nyaman berada di agrowisata petik stroberi	432	460	4,32	4,60	0,94
21	Pelayanan yang diberikan memenuhi ekspektasi para pengunjung	435	467	4,35	4,67	0,93
22	Pelayanan yang diberikan membuat para pengunjung merasa puas	426	466	4,26	4,66	0,91
23	Karyawan tidak membeda-bedakan dalam melayani pengunjung	432	466	4,32	4,66	0,93
24	Pengunjung merasa puas dengan layanan yang diberikan	431	463	4,31	4,63	0,93
25	Pengunjung berminat untuk mengunjungi kembali agrowisata petik stroberi	432	459	4,32	4,59	0,94
Rata-Rata X dan Y					4,24	4,55

Sumber : Peneliti, 2024

**Lampiran 3. Hasil Penghitungan CSI**

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factor (WF)	Weight Score (W'S)
Lokasi strategis	4,53	3,92	3,98	15,6
Area parkir memadai	4,63	4,3	4,07	17,49
Varian hewan	4,34	4,07	3,81	15,52
Area bermain air	4,23	3,91	3,72	14,53
Runggu tunggu rapih	4,6	4,43	4,04	17,91
Tempat sampah tersedia	4,45	4,17	3,91	16,31
Toilet bersih	4,53	4,11	3,98	16,36
Spot foto menarik	4,36	3,96	3,83	15,17
Tempat ibadah tersedia	4,63	4,3	4,07	17,49
Karyawan rapih	4,55	4,19	4	16,75
Ketepatan jam operasional	4,5	4,22	3,95	16,69
Kecepatan pelayanan	4,52	4,23	3,97	16,8
Pelayanan loket	4,56	4,38	4,01	17,55
Karyawan memberi informasi jelas	4,58	4,37	4,02	17,59
Karyawan cepat tanggap	4,57	4,3	4,02	17,27
Karyawan memberi layanan sesuai kebutuhan pengunjung	4,63	4,28	4,07	17,41
Karyawan memberi layanan sesuai harapan	4,49	4,22	3,95	16,65
Hubungan komunikasi antara pengunjung dan karyawan berjalan baik	4,65	4,36	4,09	17,82
Karyawan bersikap sopan dan ramah	4,64	4,38	4,08	17,86
Pengunjung merasa nyaman berada di Sweetberry Agrowisata	4,6	4,32	4,04	17,46
Layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan	4,67	4,35	4,1	17,85
Merasa puas dengan layanan yang diberikan	4,66	4,26	4,09	17,44
Karyawan tidak membedakan dalam melayani pengunjung	4,66	4,32	4,09	17,69
Pengunjung merasa puas dengan layanan yang diberikan	4,63	4,31	4,07	17,54
Pengunjung berminat untuk mengunjungi kembali Sweetberry Agrowisata	4,59	4,32	4,03	17,42
<b>Weight Total (WT)</b>				424,19
<b>Customer Satisfaction Index (CSI)</b>				84,84