

ANALISIS DIMENSI KUALITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DAN PERILAKU PURNA PENGGUNAAN FASILITAS TOURING KEBUN PABRIK TEH WONOSARI WISATA AGRO WONOSARI MALANG

DWI RETNO ANDRIANI¹, ARMIETA AYU IRIANTI²

^{1,2}Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang

Masuk 22 Februari 2012; Diterima 27 Februari 2012

ABSTRACT

This research was conducted at 'Wisata Agro Wonosari', Malang in November 2010. The purpose of this study were (1) analyze the relationship between quality dimension which consist of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles toward assessment of visitors about the quality of Tea Plantation and Factory Touring, (2) analyze the relationship between quality dimension which consist of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles toward visitors satisfaction after using the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari', (3) knowing the relationship between service quality and visitors satisfaction with the attitudes of visitors after using the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari'. The sampling method used was accidental sampling method with 72 peoples are respondents. Statistical instrument used is the Spearman correlation, Crosstab, and Fisher exact test. The analysis result are : (1) Spearman correlation analysis, showed that there was a strong significant relationship between service quality dimensions which consist of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles toward the assessment of service quality and visitors satisfaction. The strongest relationship is between the service quality dimension tangibles toward assessment of service quality with the Spearman correlation coefficient of 0.662. Similar to variable assessment of service quality by visitors, visitor satisfaction variables, also have the strongest relationship with the service quality dimension tangibles, with the Spearman correlation coefficient is 0.675. (2) Crosstab and Fisher exact test showed that the Fisher exact test value between visitors satisfaction and attitudes of visitors after using the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari' of more than 0.1. This means there is no relationship between customer satisfaction and attitudes of visitors after using the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari'. Meanwhile there are Fisher exact test value of less than 0.1 for relationship between assessment of service quality and attitudes of visitors after using the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari'. That Fisher's exact test value was only appears on : willingness to convey positive things about the touring facility and willingness to consider another facilities provided by 'Wisata Agro Wonosari'. This means the assessment of service quality by visitors has significant relationship only on the willingness convey the positive things about the Tea Plantation and Factory Touring on 'Wisata Agro Wonosari', and a willingness to consider other facilities provided by 'Wisata Agro Wonosari'.

Keyword: Quality Dimension, Visitors Satisfaction, Attitudes of Visitors after Using the Service, Agro

Tourism, Correlation, Crosstab

PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam dan hayati serta budaya yang sangat beragam sehingga memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata, yaitu agro wisata. Harun

(2008) menyatakan bahwa wisata agro merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta

budaya masyarakat petaninya. Objek wisata agro tidak hanya terbatas kepada objek dengan skala hamparan yang luas seperti yang dimiliki oleh areal perkebunan, tetapi juga skala kecil yang karena keunikannya dapat menjadi objek wisata yang menarik. Kini daerah-daerah yang mempunyai potensi alam yang bagus telah dikembangkan untuk menjadi wisata agro, salah satunya adalah kabupaten Malang, Jawa Timur. Kabupaten dan kota Malang sejak masa kolonial dikenal sebagai tempat peristirahatan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari Negeri Belanda. Kabupaten dan kota Malang, Jawa Timur terletak pada ketinggian antara 440 - 667 mdpl, 112,06° - 112,07° BT dan 7,06° - 8,02° LS. Dikelilingi gunung-gunung yaitu gunung Arjuno di sebelah utara, gunung Semeru di sebelah timur, gunung Kawi dan Panderman di sebelah barat, dan gunung Kelud di sebelah selatan. Iklim tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan indah serta lingkungan yang alami dikelilingi oleh perkebunan, pegunungan, sungai dan taman menjadikan Kota Malang dikenal sebagai *Paris Van East Java* dan *Switzerland of Indonesia* (Hartono, 2009).

Kota Malang juga terkenal dengan hawanya yang dingin dan sejuk, dengan kondisi tersebut, tumbuhan serta aneka bunga tumbuh subur. Kondisi iklim yang mendukung ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sektor pariwisata, terutama wisata agro. Wisata agro yang telah berkembang di Malang antara lain wisata petik jeruk di desa Selorejo kecamatan Dau, PWEC (*Petungsewu Wildlife Ecosystem Conservation*) di desa Petungsewu Dau, wisata durian, disepanjang jalan raya Ngantang - Kasembon tepatnya di desa Pait, wisata Agro Kusuma wisata agro Batu, perkebunan Margosuko, Bukit Cemara Mas, Kebun Apel Tropis Batu dan Tanaman Bonsai, Malang Sari, Wisata Agro Iptek Lolit Jeruk Tlekung, dan Wisata Agro Wonosari (Deptan, 2010).

Salah satu wisata agro yang cukup terkenal adalah Wisata Agro Wonosari (WAW) yang terletak di Kecamatan Singosari. Agrowisata ini didirikan sejak tahun 1994 dalam rangka diversifikasi usaha yang dilakukan Kebun Teh Wonosari yang masih berada dalam naungan PT. Perkebunan Nusantara XII (Persero). Wisata Agro

Wonosari merupakan satu-satunya wisata agro dengan nuansa kebun teh yang alami. Fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari merupakan salah satu fasilitas utama yang ditawarkan Wisata Agro Wonosari. Fasilitas dengan tujuan edukasi ini banyak menarik minat pengunjung. Mengingat preferensi masyarakat dalam menikmati objek wisata juga diakibatkan oleh adanya kebutuhan memberikan hiburan yang mengandung unsur edukasi kepada putra-putri mereka, sehingga selain mendapatkan kesenangan dalam menikmati hiburan di objek wisata, masyarakat juga dapat memperoleh pengetahuan baru dari objek wisata yang mereka kunjungi.

Persaingan yang semakin kompetitif antar wisata agro di Malang membuat kebutuhan dan kepuasan konsumen haruslah diwujudkan dalam bentuk pelayanan jasa. Perwujudan kepuasan konsumen dalam pelayanan merupakan kesesuaian antara harapan konsumen dan pelayanan yang diberikan. Seperti yang diungkapkan oleh Yusnaningpuri (2008), bahwa kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan, sehingga kini menjadi salah satu penentu suksesnya pemasaran. Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan dapat berpedoman pada dimensi kualitas jasa. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2002), terdapat lima dimensi utama yaitu keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dimensi kualitas jasa apa saja yang dianggap paling penting oleh konsumen sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui perilaku purna penggunaan jasa oleh konsumen. Fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari yang ditawarkan Wisata Agro Wonosari menjadi pilihan obyek penelitian dengan pertimbangan fasilitas tersebut merupakan salah satu fasilitas utama dari perusahaan yang bergerak dalam bidang agribisnis dengan menawarkan produk jasa. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Wisata Agro Wonosari dalam meningkatkan keunggulan kompetitif sehingga mampu bersaing dengan wisata agro lain.

Permasalahan yang dihadapi adalah tidak diketahui secara pasti bagaimana hubungan sesungguhnya kinerja dimensi kualitas jasa yang telah dilaksanakan oleh Wisata Agro Wonosari terhadap kepuasan pengunjung fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari dan implikasinya terhadap perilaku purna penggunaan fasilitas, sehingga timbul adanya beberapa pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana hubungan variabel dimensi kualitas yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap penilaian kualitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari oleh pengunjung.
2. Bagaimana hubungan variabel dimensi kualitas yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung pada Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari Wisata Agro Wonosari.
3. Bagaimana hubungan antara kualitas jasa dan kepuasan pengunjung terhadap perilaku purna penggunaan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari Wisata Agro Wonosari.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis hubungan variabel dimensi kualitas yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap penilaian kualitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari Wisata Agro Wonosari oleh pengunjung.
2. Menganalisis hubungan variabel dimensi kualitas yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung pada Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari Wisata Agro Wonosari.
3. Mengetahui hubungan antara kualitas jasa dan kepuasan pengunjung dengan perilaku purna penggunaan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari Wisata Agro Wonosari.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Wisata Agro Wonosari PT Perkebunan Nusantara XII yang berada di Lawang, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (purposive)

dengan alasan bahwa lokasi ini merupakan satu-satunya wisata agro yang memiliki ciri khas kebun teh beserta pabrik pengolahannya. Wisata Agro Wonosari juga dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas penginapan, rekreasi dan out bond. Kelengkapan fasilitas ini membuat pengunjung yang datang bukan saja dapat menikmati fungsi rekreasi tapi juga edukasi.

Survei pendahuluan yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa salah satu fasilitas utama yang menarik pengunjung dari luar negeri adalah fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari. Fasilitas ini lebih menonjolkan fungsi edukasi, namun tidak meninggalkan fungsi rekreasi sebagai fungsi utama. Peningkatan jumlah wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri yang menikmati fasilitas ini terlihat dari ramainya pengunjung di kawasan wisata ini setiap harinya, serta didukung adanya rekap data pengunjung tahun 2010 yang cenderung mengalami kenaikan setiap bulannya. Adapun waktu penelitian ini kurang lebih selama 1 bulan dan dilaksanakan pada bulan November 2010.

Metode Penentuan Responden

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan pendekatan Malhotra (2005), yang menyatakan bahwa banyaknya jumlah responden yang diambil untuk penelitian minimal 4 atau 5 kali jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini atribut yang digunakan ialah sebanyak 18 atribut, dimana jika dikalikan empat maka jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 72 responden.

Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari internet, pustaka maupun sumber otentik yang mendukung. Data ini diperoleh dari data perusahaan yang telah tersimpan baik berupa file maupun arsip perusahaan. Data primer merupakan data yang didapat pada sumber pertama atau pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang akan dibahas. Data primer ini dikumpulkan dengan cara wawancara dan pengisian kuisioner.

Dalam pembuatan kuisioner, terlebih dahulu ditentukan atribut-atribut dari variabel dimensi kualitas jasa. Dari tiap variabel tersebut ditentukan atribut-atribut yang akan menjadi perhatian dalam penentuan kepuasan konsumen. Untuk variabel keandalan (*reliability*), indikator yang akan menjadi perhatian adalah kesesuaian pelaksanaan fasilitas dengan penawaran fasilitas, profesionalisme dan kecakapan karyawan dalam penyampaian jasa dari awal hingga akhir, dan keakuratan penjelasan pemandu touring. Variabel daya tanggap (*responsiveness*) terdiri dari kesigapan pemandu memberikan penjelasan dan jawaban atas pertanyaan pengunjung, inisiatif memberikan penjelasan dan jasa lebih, dan kesediaan membantu pengunjung dengan cepat. Variabel jaminan (*assurance*) terdiri dari kompetensi/kemampuan staf/karyawan/pemandu, perasaan aman ketika menggunakan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari, dan kesabaran staf/karyawan/pemandu dalam memberikan layanan. Variabel empati (*empathy*) terdiri dari perhatian secara individu kepada pengunjung, pemahaman staf/karyawan/ pemandu tuoring akan kebutuhan/perasaan pengunjung, kesungguhan pemandu turing terhadap kebutuhan pengunjung, keluwesan/ kesesuaian jam kerja Turing Kebun dan Pabrik Teh Wonosari terhadap waktu kedatangan pengunjung, dan pelayanan yang tidak membedakan status sosial. Variabel bukti fisik (*tangibles*) terdiri dari kondisi gedung dan kawasan touring berupa kenyamanan dan kebersihan fasilitas fisik, kondisi sumber daya manusia meliputi kerapian penampilan staf/karyawan/ pemandu, fasilitas fisik yang ada telah memadai dan mendukung Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari, dan kecukupan jumlah karyawan/pemandu touring.

Metode pengambilan sampel untuk mendapatkan data primer menggunakan metode *accidental sampling*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang merupakan jenis skala ordinal.

Metode Analisis Data

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah alat ukur dan data yang didapat telah valid dan reliabel. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi

Spearman, uji *exact fisher*, dan *crosstab*. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17.

Analisis Korelasi Spearman

Data hasil kuisioner merupakan jenis data ordinal sehingga analisis korelasi yang digunakan adalah analisis korelasi spearman. Analisis korelasi Spearman digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (dimensi kualitas jasa) dan variabel terikat (kualitas jasa dan kepuasan konsumen).

Uji statistik untuk r Spearman adalah:

$$r = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

(Wahana Komputer, 2009)

Dalam penelitian ini, hipotesis statistik dalam analisis korelasi adalah:

Tujuan penelitian pertama

H0 : tidak ada hubungan antara dimensi kualitas jasa dengan kualitas jasa

H1 : ada hubungan antara dimensi kualitas jasa dengan kualitas jasa

Tujuan penelitian kedua

H0 : tidak ada hubungan antara dimensi kualitas jasa dengan kepuasan pengunjung

H1 : ada hubungan antara dimensi kualitas jasa dengan kepuasan pengunjung

Dalam pengaplikasian analisis korelasi pada program SPSS 17 hipotesis ditentukan dengan melihat pada *output* kolom sig. apabila nilainya kurang dari tingkat kepercayaan (α) yang ditentukan maka tolak H0 dan terima H1, atau terdapat hubungan antara kedua variabel yang diuji.

Crosstab dan Uji Exact Fisher

Analisis terhadap perilaku pengunjung dikaitkan dengan kualitas jasa dan kepuasan pengunjung fasilitas touring kebun dan pabrik teh Wonosari menggunakan *crosstab* dan uji *exact fisher*.

Crosstab dan uji exact Fisher digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ketiga yaitu untuk menganalisis apakah terdapat hubungan

antara kualitas jasa dan kepuasan pengunjung terhadap perilaku purna penggunaan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari.

Crosstab atau tabulasi silang adalah prosedur yang menyajikan deskripsi data dalam bentuk baris dan kolom. Crosstab dilakukan untuk melakukan analisis hubungan antara nilai kualitas jasa atau kepuasan pengunjung dengan perilaku purna penggunaan jasa. Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data yang berskala ordinal dan nominal (Wahana Komputer, 2009). Data ordinal dalam penelitian ini adalah nilai kualitas jasa atau kepuasan pengunjung, sedangkan data nominalnya adalah perilaku purna penggunaan jasa.

Dalam pengaplikasian pada SPSS uji Fisher dilakukan melalui Chi-Square Test. Hasil dari uji Fisher terlihat pada nilai Exact Sig. pada baris Fisher's Exact Test. Jika nilai sig. tersebut kurang dari 0.10 hal ini berarti bahwa hipotesis nol ditolak, dengan kata lain terdapat hubungan yang signifikan. Nilai tersebut berdasarkan tingkat kepercayaan yang biasa digunakan dalam penelitian pemasaran (Lupiyoadi, 2001).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari masing-masing variabel mempunyai r -hitung $>$ r -tabel. Sehingga semua item pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid. Validitas suatu instrumen (item) menggambarkan bahwa penelitian baik. Pada uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha (Cronbach's Alpha) mendekati 1 atau lebih besar dari 0,6. Dengan demikian berarti bahwa item pernyataan untuk semua variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Korelasi Spearman

Hasil korelasi Spearman pada kualitas jasa (Tabel 1) menunjukkan bahwa semua variabel dimensi kualitas jasa mempunyai angka koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0,5 dengan tanda positif. Hal ini berarti bahwa semua variabel dimensi kualitas jasa mempunyai hubungan yang kuat dan searah dengan variabel Y1 (Kualitas Jasa). Dalam

aplikasinya, semakin besar faktor dimensi kualitas jasa yang diterima oleh pengunjung, maka penilaian terhadap kualitas jasanya juga akan semakin tinggi. Data hasil analisis menunjukkan hasil probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,001$ sehingga menerima H1 dan menolak H0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi korelasi/hubungan yang signifikan antara semua variabel dimensi kualitas dalam penyampaian jasa dengan penilaian kualitas jasa Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari.

Variabel X5 yaitu Bukti Fisik/*Tangibles* adalah variabel yang mempunyai hubungan dengan penilaian kualitas jasa paling kuat dari kelima variabel dimensi kualitas yang lain. Jadi untuk meningkatkan penilaian kualitas jasa oleh pengunjung, Wisata Agro Wonosari dapat lebih mengembangkan faktor-faktor bukti fisik seperti keadaan kebun dan pabrik teh, serta penampilan karyawan/pemandu touring. Faktor-faktor variabel dimensi kualitas yang lain juga layak diperhatikan karena variabel lain juga mempunyai hubungan positif yang kuat.

Hasil korelasi Spearman pada kepuasan pengunjung (Tabel 2) menunjukkan bahwa semua variabel dimensi kualitas jasa mempunyai angka koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0,5 dengan tanda positif. Hal ini berarti bahwa semua variabel dimensi kualitas jasa mempunyai hubungan yang kuat dan searah dengan variabel Y2 (Kepuasan Pengunjung). Dalam aplikasinya, semakin besar faktor dimensi kualitas jasa yang diterima oleh pengunjung, maka kepuasan yang dirasa pengunjung terhadap kualitas jasa tersebut juga akan semakin tinggi. Data hasil analisis menunjukkan hasil probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,001$ sehingga menerima H1 dan menolak H0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terjadi korelasi/hubungan yang signifikan antara semua variabel dimensi kualitas dalam penyampaian jasa dengan kepuasan yang dirasakan pengunjung fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari.

Variabel X5 yaitu Bukti Fisik/*Tangibles* adalah variabel yang mempunyai hubungan dengan penilaian kualitas jasa paling kuat dari kelima variabel dimensi kualitas yang lain. Jadi untuk meningkatkan penilaian kualitas jasa oleh pengunjung, Wisata Agro Wonosari dapat lebih mengembangkan faktor-faktor bukti fisik

seperti keadaan kebun dan pabrik teh, serta penampilan karyawan/pemandu touring. Faktor-faktor variabel dimensi kualitas yang lain juga layak diperhatikan karena variabel lain juga mempunyai hubungan positif yang kuat.

Hasil Crosstab dan Uji Fisher

Analisis uji Fisher dan Crosstab digunakan untuk menganalisis perilaku purna penggunaan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari dan hubungannya dengan kualitas jasa dan kepuasan pengunjung. Aspek perilaku yang digali diantaranya adalah dimensi respons pengguna fasilitas touring kebun kepada Wisata Agro Wonosari (*Internal response*), respons pengguna kepada pihak eksternal (pihak ketiga) bila menemui masalah dengan fasilitas touring kebun, dimensi loyalitas, dimensi sensitivitas pengguna atas

kenaikan harga, serta dimensi kecenderungan untuk beralih kepada wisata agro lain. Hasil dari uji Fisher dapat dilihat dari kolom sig. Jika nilai sig. kurang dari 0.10 hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan. Nilai tersebut berdasarkan tingkat kepercayaan yang biasa digunakan dalam penelitian pemasaran (Lupiyoadi, 2001). Berdasarkan uji exact Fisher dan crosstab yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kepuasan pengunjung dengan perilaku purna penggunaan fasilitas touring kebun. Sedangkan untuk penilaian kualitas oleh pengunjung hanya terdapat hubungan pada kesediaan menyampaikan hal-hal positif mengenai fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari, dan kesediaan mempertimbangkan fasilitas lain yang disediakan Wisata Agro Wonosari.

Tabel 1. Hasil Analisis Korelasi Spearman antara Dimensi Kualitas terhadap Kualitas Jasa

		X1	X2	X3	X4	X5
Spearman's rho						
Y1	Correlation Coefficient	.570	.548	.641	.583	.662
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72

Tabel 2. Hasil Analisis Korelasi Spearman antara Dimensi Kualitas terhadap Kepuasan Pengunjung

		X1	X2	X3	X4	X5
Spearman's rho						
Y2	Correlation Coefficient	.624	.640	.560	.596	.675
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72

Tabel 3. Hasil Uji Exact Fisher

Perilaku Purna Peggunaann Fasilitas	Nilai Sig.	
	Penilaian Kualitas Jasa	Kepuasan Pengunjung
Membuat Laporan/pengaduan kepada WAW bila mendapat masalah dengan fasilitas touring kebun	0,765	0,438
Tetap menggunakan fasilitas touring kebun meski harga naik	0,445	0,817
Mengadakan kunjungan ke wisata agro lain jika situasi memungkinkan	0,240	0,683
Merekomendasikan fasilitas touring kebun ke pihak lain	0,445	0,310
Menyampaikan hal positif mengenai fasilitas touring kebun WAW	0,070	0,402
Mempertimbangkan fasilitas lain yang disediakan WAW	0,016	0,120

Hal ini berarti bahwa pengunjung yang menilai baik kualitas touring kebun akan menyampaikan hal-hal positif mengenai fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari kepada pihak lain dan juga bersedia mempertimbangkan fasilitas Wisata Agro Wonosari yang lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel crosstab berikut. Tabel 1.

Hasil Analisis Korelasi Spearman antara Dimensi Kualitas terhadap Kualitas Jasa.

Pada Tabel 4 tampak bahwa 81,9% responden akan dan telah menyampaikan/membicarakan hal-hal positif mengenai fasilitas touring kebun (poin B dan C).

Tabel 4. Crosstab antara perilaku purna penggunaan fasilitas dan Penilaian Kualitas Jasa

			Penilaian Kualitas Jasa				Total
			Netral/biasa	Agak baik	Baik	Sangat Baik	
Menyampaikan hal positif mengenai fasilitas touring kebun WAW	A	f	0	0	3	1	4
		%	.0%	.0%	4.2%	1.4%	5.6%
	B	f	2	6	5	20	33
		%	2.8%	8.3%	6.9%	27.8%	45.8%
	C	f	3	8	4	11	26
		%	4.2%	11.1%	5.6%	15.3%	36.1%
	D	f	1	0	0	8	9
		%	1.4%	.0%	.0%	11.1%	12.5%
Total		f	6	14	12	40	72
		%	8.3%	19.4%	16.7%	55.6%	100.0%

		Penilaian Kualitas Jasa				Total	
		Netral/biasa	Agak baik	Baik	Sangat Baik		
Mempertimbangkan fasilitas lain yang disediakan WAW	A	f	0	4	1	0	5
		%	.0%	5.6%	1.4%	.0%	6.9%
	B	f	2	3	6	9	20
		%	2.8%	4.2%	8.3%	12.5%	27.8%
	C	f	3	7	5	29	44
		%	4.2%	9.7%	6.9%	40.3%	61.1%
	D	f	1	0	0	2	3
		%	1.4%	.0%	.0%	2.8%	4.2%
Total		f	6	14	12	40	72
		%	8.3%	19.4%	16.7%	55.6%	100.0%

Sumber : Data Diolah, 2010

Keterangan :

A : belum melakukan dan tidak akanB : belum melakukan dan akan melakukan,C : sudah melakukan dan akan melanjutkan,D : sudah melakukan namun tidak akan melakukan lagi

Dari jumlah ini, hanya 7% yang menilai kualitas touring kebun biasa saja. Sedangkan responden yang menilai kualitas jasa sangat baik sebanyak 43,1% dari keseluruhan 55,6%. Pada perilaku mempertimbangkan fasilitas lain yang disediakan Wisata Agro Wonosari (WAW) dapat dilihat bahwa 61,1% responden telah mempertimbangkan fasilitas lain yang ditawarkan Wisata Agro Wonosari (poin C). Dari jumlah ini, hanya 4,2% yang menilai kualitas touring kebun biasa saja dan 40,3% menilai kualitas touring kebun sangat baik. Sedangkan untuk poin B yang menyatakan akan melakukan pertimbangan pada fasilitas lain di Wisata Agro Wonosari mencapai 27,8%. Meski 2 orang responden menilai kualitas fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh biasa saja dan 9 orang yang member penilaian sangat baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat hubungan signifikan yang kuat antara dimensi kualitas jasa yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*) terhadap penilaian kualitas jasa oleh pengunjung. Hubungan

paling kuat adalah antara dimensi kualitas X5 yaitu bukti fisik/tangibles terhadap penilaian kualitas jasa dengan nilai koefisien korelasi 0,662.

Terdapat hubungan signifikan yang kuat antara dimensi kualitas jasa yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan pengunjung. Hubungan paling kuat adalah antara dimensi kualitas X5 yaitu bukti fisik/tangibles terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien korelasi 0,675.

Tidak terdapat hubungan antara kepuasan pengunjung dengan perilaku purna penggunaan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari. Sedangkan untuk penilaian kualitas jasa oleh pengunjung hanya terdapat hubungan pada kesediaan menyampaikan hal-hal positif mengenai fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari, dan kesediaan mempertimbangkan fasilitas lain yang disediakan Wisata Agro Wonosari.

Saran

Wisata Agro Wonosari hendaknya selalu berupaya meningkatkan dan mengembangkan dimensi kualitas yang ada pada fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari karena dimensi kualitas tersebut mempunyai hubungan searah yang kuat terhadap penilaian kualitas jasa dan kepuasan pengunjung fasilitas tersebut. Terutama dimensi kualitas bukti fisik/*tangibles* karena merupakan dimensi kualitas yang memiliki hubungan paling kuat. Selain itu secara nyata, hal yang paling penting yang harus dilakukan oleh Wisata Agro Wonosari untuk meningkatkan kualitas jasa dan kepuasan pengunjung akan fasilitas Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari adalah meningkatkan kualitas karyawan/pemandu, terutama penguasaan bahasa asing dan penguasaan prosedur dalam menjalankan Touring Kebun dan Pabrik Teh Wonosari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Rizal. 2009. Mewujudkan Kota Malang sebagai Kota Bunga, Kota Pendidikan, dan Kota Wisata. <http://ksupointer.com/2009/> Diakses pada tanggal 16 Oktober 2010.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2005. Riset Terapan Pendekatan Terapan. Terjemahan Doddi Prastuti. Edisi Keempat. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Harun, Rochajat. 2008. Mengembangkan Agrowisata. <http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=15&jd=Mengembangkan+Agrowisata> . Diakses pada tanggal 10 Mei 2010.
- Deptan, 2010. Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani. <http://database.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2010.
- Yusnaningpuri, Yuninda. 2008. Analisis Bauran Pemasaran Eceran Retail marketing Mix. <http://www.pustakaskripsi.com/> Diakses pada tanggal 15 Oktober 2010.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Cetakan Keenam. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wahana Komputer Semarang. 2009. Panduan Praktis SPSS 17. CV Andi Offset. Yogyakarta.