

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGUNJUNG DI AGROWISATA OMAH SALAK KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN

Mukson<sup>1</sup>, Agus Setiadi<sup>2</sup>, Agus Subhan Prasetyo<sup>\*3</sup>, Mar'atul Karimah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro, Semarang

Email: [setyo.subhan@live.undip.ac.id](mailto:setyo.subhan@live.undip.ac.id)

### ABSTRAK

Agrowisata diartikan sebagai rangkaian wisata yang memanfaatkan sektor pertanian mulai dari hulu sampai hilir yang dijadikan tempat rekreasi beredukasi. Salah satu agrowisata yang menawarkan rekreasi edukasi adalah Agrowisata Omah Salak. Paket yang ditawarkan oleh Agrowisata Omah Salak cukup bervariasi, akan tetapi pengunjung omah salak masih fluktuasi dan cenderung menurun, Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan jalannya agrowisata tergantung pada jumlah pengunjung, sehingga dalam pengembangannya harus mempertimbangkan keinginan dan kepuasan dari pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus dengan sampel 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner yang sudah dipersiapkan. Data dianalisis menggunakan skor dengan skala likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Alat analisis menggunakan bantuan program SPSS for windows ve.16.0. dan *Microsoft excel*. Hasil analisis menunjukkan dimensi pelayanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Variabel tangibles, reliability, dan assurance secara parsial berpengaruh signifikan, sedangkan variabel *responsiveness* dan *emphaty* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata. Sebesar 71% kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak dapat dijelaskan oleh faktor dimensi pelayanan, sedangkan sisanya 29% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar dimensi pelayanan.

Kata kunci: Agrowisata, Kepuasan, Pengunjung, Omah Salak

### PENDAHULUAN

Perpaduan sektor pertanian dan sektor pariwisata dapat disebut sebagai wisata edukasi pertanian atau agrowisata. Agrowisata merupakan perpaduan sektor pertanian dengan pariwisata yang keduanya dapat meningkatkan pendapatan petani, dengan mengambil keuntungan dari kegiatan agrowisata (Aini *et al.*, 2021). Pengembangan agribisnis mulanya hanya terfokus pada tanaman pangan, akan tetapi yang terjadi pada abad ini sudah mulai mengarah pada komoditi hortikultura, salah satunya buah salak. Komoditas salak dapat dipandang sebagai salah satu sumber pertumbuhan baru salah satunya bergerak di sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang telah memberikan sebagian dari devisa negara selain dari sektor pertanian terutama pada komoditas ekspor. Berdasarkan data dari BPS jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Jogjakarta pada tahun 2015 hingga tahun 2018 terus mengalami peningkatan dengan laju peningkatan sebesar 1,8% per tahunnya. Berdasarkan data diketahui berkembangnya jumlah kunjungan wisatawan telah menunjukkan bahwa sektor pariwisata akan terus mengalami peningkatan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan (Stevianus, 2014). Masyarakat pada saat ini sebagian besar mempertimbangkan lokasi untuk tempat berwisata, mereka tidak hanya memilih untuk melepas penat melainkan mereka dapat bersantai, baik dalam melakukan kegiatan olahraga, rekreasi edukasi maupun lobi bisnis (Mondy, 2010). Pengembangan sektor pertanian menjadi Agrowisata dilakukan untuk mewujudkan keinginan masyarakat yang hendak berwisata yang berkualitas.

Agrowisata Omah Salak menyediakan beragam paket reservasi, paket kuliner, dan oleh-oleh produk olahan salak. Data kunjungan wisatawan di Agrowisata mengalami fluktuasi. Kasus tersebut diduga adanya ketidakkepuasan pengunjung terhadap, fasilitas, produk, harga, musim salak, masa liburan, keterampilan dari pemandu wisata. Dari dugaan tersebut ditarik salah satu dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Agrowisata Omah Salak. menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan karena membandingkan ekspektasi mereka dengan kinerja yang dipersepsikan. Kepuasan konsumen juga menjadi salah satu tujuan dari suatu bisnis.

Penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman sangat perlu dikaji yang dapat menjawab permasalahan terutama

untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Harapannya pengunjung dapat menikmati wisatanya dan pengunjung merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Agrowisata Omah salak. Hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi dan referensi oleh perusahaan Agrowisata Omah Salak dan sebagai bahan perbaikan dimasa mendatang. Meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung dapat memberikan kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak dan memicu peningkatan jumlah kunjungan. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 – Februari 2020 di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *purposive* dengan pertimbangan bahwa Omah Salak merupakan salah satu Agrowisata khusus komoditas salak di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu responden ditentukan oleh peneliti berdasarkan kriteria yaitu pengunjung Agrowisata Omah Salak tidak termasuk *tour guide*, dan berumur 15 tahun keatas. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengukuran Indikator Dimensi Pelayanan

Indikator dimensi pelayanan Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman meliputi, bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian disajikan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Pengukuran Indikator Dimensi Pelayanan

No	Variabel	Rata-rata	Persentase
		---skor---	---%---
1	Bukti Fisik	378	75.6
2	Keandalan	391	78.2
3	Daya Tanggap	382	76.4
4	Jaminan	389	77.8
5	Kepedulian	401	80.2

Berdasarkan tabel 1. diketahui bahwa nilai rata-rata skor indikator dimensi pelayanan untuk semua variabel, persentasenya lebih dari 50%. Angka tersebut dapat diartikan bahwa dimensi pelayanan berupa bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian sudah lebih dari 50% dilakukan oleh pihak Agrowisata Omah Salak sesuai dengan harapan pengunjung, namun belum mampu memenuhi keinginan pengunjung hingga 100%. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian baik dengan persentase 75,6% terhadap bukti fisik yang dimiliki oleh Agrowisata Omah Salak. Menurut responden kondisi fisik yang ada di Agrowisata Omah Salak masih relatif baik dan cukup memadai, namun belum ada peta lokasi wisata dan nama varietas tanaman untuk edukasi, serta kurang memadainya fasilitas ibadah, kamar mandi, tempat parkir, dan Kesehatan. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan konsumen secara langsung. Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan.

Dilihat dari nilai variabel keandalan responden memberikan penilaian baik dengan persentase sebesar 78.2%. Kondisi ini menunjukkan bahwa keandalan yang ada di Agrowisata Omah Salak dapat diketahui dari pelayanan pemandu. Menurut responden pemandu dalam melayani cukup profesional dan menghibur, selain itu

pemandu juga tepat waktu. Hal ini sesuai dengan pendapat Irmanda (2011) yang menyatakan bahwa wisatawan menyukai layanan pemandu wisata yang menguasai *product knowledge* terkait agrowisata dan paham sejarah, memberi kesempatan bagi wisatawan untuk bertanya, serta senyum ramah dan humoris.

Berdasarkan tanggapan responden mengenai daya tanggap di Agrowisata Omah Salak menunjukkan nilai yang baik dengan persentase 76.4%. Responden memberikan pengakuan yang baik mengenai pelayanan pemandu terkait daya tanggap di Agrowisata Omah Salak. Penilaian yang baik dapat dilihat dari pelayanan yang tanggap, cepat dan tepat, staf perusahaan yang rela membantu, sistem administrasi yang tidak berbelit-belit. Namun, kondisi lain terdapat reponden memberikan pendapat bahwa bagian kasir memberikan pelayanan yang kurang cepat dalam melayani pembayaran. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) menjelaskan bahwa membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama merupakan contoh contoh persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

Tabel 1 menjukkan bahwa variabel jaminan mendapatkan nilai baik dari responden dengan persentase sebesar 77,8%. Hal in mengartikan bahwasannya responden puas terhadap jaminan yang diberikan oleh Agrowisata Omah Salak. Jaminan yang diberikan oleh Agrowisata berupa pelayan yang baik seperti pelayan yang ramah, sopan, informatif, terampil dan memiliki wawasan yang luas, kondisi ini sesuai dengan pendapat Ramdan (2008) dan Parasuraman (2005) yang menyatakan bahwa pelanggan akan merasa dihargai dan puas terhadap pelayanan yang memberikan jaminan rasa aman, karyawan yang memiliki kesopanan, ramah dan pengetahuan yang luas.

Dari variabel kepedulian menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik pula dengan persentase sebesar 80,2%. Hal ini mengartikan bahwa Agrowisata Omah Salak memperhatikan keinginan pengunjung dengan memberikan mudahnya akses komunikasi dengan pihak Agrowisata Omah Salak. Hal ini sesuai dengan pendapat Parasuraman (2005) yang menyatakan bahwa indikator dimensi kepedulian dapat mempengaruhi persepsi pelanggan, yakni; memberikan perhatian individu kepada konsumen dan mengerti keinginan konsumennya.

### **Pengukuran Indeks Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan karena membandingkan ekspektasi mereka dengan pelayanan Agrowisata Omah Salak. Hasil tanggapan responden terhadap kepuasan dapat disajikan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Persentase Penilaian Variabel Kepuasan

<b>Kriteria penilaian Kepuasan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
	<b>---Skor---</b>	<b>---%---</b>
Sangat Tidak Setuju	1-4	0
Tidak Setuju	5-8	0.3
Cukup Setuju	9-12	29.3
Setuju	13-16	57.3
Sangat Setuju	17-20	13.3
Indeks		76.7

Berdasarkan tanggapan respoden sebagaimana pada tabel 2. menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian baik terhadap kepuasan dengan persentase sebesar 76.7%, Bentuk kepuasan dari pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan merupakan tujuan utama dari agrowisata omah salak. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen juga menjadi salah satu tujuan dari suatu bisnis. Pengunjung yang puas terhadap pelayanan Agrowisata Omah Salak bisa dideskripsikan dengan tingkat kenyamanan selama kunjungan, pengunjung akan merekomendasikan Agrowisata Omah Salak ke orang lain, pengunjung loyal, serta berniat untuk kembali di lain waktu.

### Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Faktor-faktor dimensi pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung pada penelitian ini diuji menggunakan uji regresi linear berganda (uji T, uji F, dan uji R<sup>2</sup>). Data diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas). Hasil uji dijelaskan sebagai berikut;

#### Hasil Uji Regresi, Uji T, Uji F, dan Uji R<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen pada penelitian ini sebagai variabel terikat yang diduga dipengaruhi oleh variabel bebas yakni bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Analisis uji regresi linear berganda menggunakan *software* SPSS hasil disajikan pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi	Unstandardized Coefficients	Uji T
Konstanta	1.320	-sign-
X1. Bukti Fisik	.139	.032
X2. Keandalan	.144	.004
X3. Daya Tanggap	.108	.097
X4. Jaminan	.241	.000
X5. Kepedulian	.016	.750
Uji F		.000
Koefisien Determinasi (R Square)		0.71

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa bentuk persamaan yang diperoleh antara variabel bebas yakni X1 bukti fisik, X2 keandalan, X3 daya tanggap, X4 jaminan, dan X5 kepedulian, yaitu ;

$$Y = 1.320 + 0.139X_1 + 0.144X_2 + 0.108X_3 + 0.241X_4 + 0.016X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi yang terbentuk dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1.320, bernilai positif. Nilai konstanta tersebut dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas (X) dimensi pelayanan memiliki nilai 0 maka kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak (Y) bernilai 1.320. Nilai koefisien regresi dari variabel bukti fisik diperoleh sebesar 0.139 bernilai positif. Dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel bukti fisik meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.139.

Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel bukti fisik sebesar 0.032, yaitu < 0.05 artinya bahwa variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung agrowisata akan semakin meningkat apabila perusahaan memprioritaskan atribut pada variabel bukti fisik. Hal ini sesuai dengan pendapat Yoeti (2008) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata ditentukan oleh beberapa faktor seperti kemudahan berkunjung atau aksesibilitas ke daerah kunjungan wisata, daya tarik wisata, fasilitas yang diberikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, *et al.* (2016) yang menemukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh dan bernilai positif terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo. Kepuasan pengunjung ditunjukkan dengan adanya bukti fisik yang dinilai baik oleh pengunjung berupa ketersediaan akses jalan di agrowisata, penampilan karyawan yang selalu terlihat rapi, ketersediaan fasilitas toilet dan tempat ibadah yang memadai, keindahan panorama yang berbeda dengan tempat wisata lain, serta ketersediaan fasilitas *outbound*.

Nilai koefisien regresi dari variabel keandalan diperoleh sebesar 0.144 bernilai positif. Dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel keandalan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.144. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel keandalan sebesar 0.004, yaitu < 0.05 artinya bahwa variabel keandalan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung agrowisata akan semakin meningkat apabila perusahaan memprioritaskan atribut pada variabel keandalan. Hal ini sesuai dengan pendapat Amalina, (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh keunggulan daerah tujuan wisata, keandalan

pelayanan pegawai, sehingga industri pariwisata dalam pelaksanaannya sangat penting untuk memperhatikan pelayanan pegawai agar keinginan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata dapat terpenuhi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprihatin, *et al.* (2017) yang menemukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Sondokoro PTPN IX Karanganyar.

Nilai koefisien regresi dari variabel daya tanggap diperoleh sebesar 0.241 bernilai positif. Dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel daya tanggap meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.241. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel daya tanggap sebesar 0.097, yaitu  $> 0.05$  artinya bahwa variabel daya tanggap secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa meskipun variabel daya tanggap meningkat maka tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprihatin, *et al.* (2017) yang menemukan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Sondokoro PTPN IX Karanganyar.

Nilai koefisien regresi dari variabel jaminan diperoleh sebesar 0.108 bernilai positif. Dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel jaminan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.108. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel jaminan sebesar 0.00, yaitu  $< 0.05$  artinya bahwa variabel jaminan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung agrowisata akan semakin meningkat apabila perusahaan memperhatikan atribut pada variabel jaminan. Hasil penelitian Prawiranata, *et al.* (2016) menunjukkan variabel Keramahmatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti memperkuat bahwa faktor Keramahmatan perlu diterapkan pada setiap interaksi dalam penyediaan pelayanan. Irmanda (2011) menambahkan bahwa pengunjung merasa puas dengan pemandu wisata yang informatif dan jelas dalam menyampaikan.

Nilai koefisien regresi dari variabel kepedulian diperoleh sebesar 0.016 bernilai positif. Dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel kepedulian meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0.016. Hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kepedulian sebesar 0.720, yaitu  $> 0.05$  artinya bahwa variabel kepedulian secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa meskipun variabel kepedulian meningkat maka tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, *et al.* (2016) yang menemukan bahwa variabel kepedulian tidak berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan konsumen Wisata Agro Kebun Teh Tambi Wonosobo.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil uji F tingkat signifikansinya sebesar 0.00. Nilai tersebut  $< 0.05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima. Hal tersebut diartikan bahwa variabel pelayanan secara serempak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak, sehingga dapat dikatakan model diterima. Hasil uji koefisien determinasi didapat nilai  $R^2$  sebesar 0.71. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 71% kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak dapat dijelaskan oleh faktor dimensi pelayanan yakni bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sebesar 29% dijelaskan oleh faktor lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprihatin, *et al.* (2017) yang menemukan bahwa variabel dimensi pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan wisatawan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil uji T diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, dan jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak, sedangkan variabel daya tanggap dan kepedulian secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata. Hasil uji F diketahui bahwa dimensi pelayanan secara serempak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak. Hasil uji koefisien determinasi didapat nilai  $R^2$  diketahui bahwa sebesar 71% kepuasan pengunjung Agrowisata Omah Salak dapat

dijelaskan oleh faktor dimensi pelayanan yakni bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sebesar 29% dijelaskan oleh faktor lain diluar dimensi pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diberikan beberapa saran yang diberikan yaitu Pihak manajemen Agrowisata Omah Salak sebaiknya menambahkan peta objek wisata atau informasi wisata yang jelas, tersedia fasilitas ibadah, kamar mandi, tempat parkir, dan kesehatan yang lebih memadai.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. B. Q., Gayatri, S., & Preasetyo, A. S. 2021. *Pengaruh unsur modal sosial terhadap keberhasilan pokdarwis di desa pandansari*. 1–12.
- Amalina, D. 2017. *Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Center Kabupaten Rokan Hulu*. J. Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau. 4 (2): 1-19.
- Irmanda, MC.S. 2011. *Analisis pengaruh keberagaman program wisata, mutu program wisata, dan mutu pelayanan terhadap kepuasan wisatawan dalam meningkatkan positif words of mouth (studi pada Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise, Desa Sidokumpul, Kecamatan Patean, Kabupaten Kendal)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang. Tesis.
- Kotler, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lestari, B., D. Manumono. dan Ambarsari, A. 2016. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Agrowisata ( studi kasus di Wisata Agro Tambi PT Perkebunan Tambi Wonosobo )*. J. MASEPI. 1 (1) : 1-17
- Mondy, R.W. 2010. *Human Resource Management Eleventh Edition*. Prentice Hall, New Jersey.
- Prawiranata, A., Edy, Y., Andriani, K. 2016. *Pengaruh keramahtamahan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survei pada pelanggan villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang)*. J. Administrasi Bisnis. 32 (1) : 114-120.
- Stevianus. 2014. *Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. J. Ekonomi Bisnis. 19 (3) : 39-48.
- Suprihatin, D.N., J. Sutrisno. dan E.W. Riptanti. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Taman Agrowisata Sondokoro PTPN IX Karanganyar*. J. Agrista. 5 (3) : 313-323.
- Tjiptono F, 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Yoeti O.A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. PT Kompas Media Nusantara, Jakarta.