

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)

Oleh : MC. Sukma Irmanda
Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRACT

This research paper aims to analyze the influence of programs variety, programs quality, service quality on tourist satisfaction which increase positive words of mouth (WOM) communication. 100 respondents from Plantera Fruit Paradise Agrotourism were selected as sample. Sample are taken through accidental sampling technique. Data collection technique deployed was questionnaires and analyzed using multiple liner regression.

The empirical result show that service quality, programs quality, and programs variety are positively and significantly related to tourist satisfaction and positive WOM. Service quality were the most influential factors on tourist satisfaction. Therefore, Plantera Fruit Paradise Agrotourism have to improve their service quality in many ways in order to increase tourist satisfaction and create positive WOM

This paper concludes that positive WOM and customer satisfaction can be enhanced if tourists got the best service quality from tour guide, and also their needs and expectations are considered during the design packages offered. This paper also provides the implications for theoretical and managerial and offer directions for future research.

Keywords : service quality, programs quality, programs variety, customer satisfaction, and positive word of mouth

PENDAHULUAN

Kebutuhan wisatawan berkembang secara dinamis. Kecenderungan pemenuhan kebutuhan dalam bentuk menikmati objek-objek spesifik seperti udara yang segar, pemandangan yang indah, pengolahan produk secara tradisional, maupun produk-produk pertanian modern dan spesifik menunjukkan peningkatan yang pesat. Oleh karena itu saat ini banyak agrowisata baru yang bermunculan terutama di Jawa Tengah. Salah satu agrowisata yang dikembangkan di Jawa tengah adalah Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* yang terletak di daerah perbukitan yang memiliki panorama indah yaitu di Desa Sidokumpul, Kecamatan Patean, Kabupaten Kendal. Agrowisata seluas 234 hektar ini merupakan anak perusahaan dari PT. Cengkeh Zanzibar. Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* memiliki beberapa jenis buah-buahan seperti durian Montong, kelapa pandan wangi, buah naga Red Dragon, lengkung Itoh, srikaya Grand

Anona, rambutan Binjai dan Rapih, serta jambu air Citra. Buah-buahan yang ditanam umumnya adalah buah unggulan yang baru dikenal oleh konsumen. Keunikan tersebut menjadikan sebuah keunggulan obyek wisata ini.

Pengelola agrowisata berusaha untuk menciptakan *words of mouth* (WOM) yang positif untuk mempromosikan Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*. Pencitraan ini dilakukan saat *Soft opening* agrowisata yang bertepatan dengan musim panen durian monthong, agrowisata ini berhasil membuahakan durian monthong yang berbobot 13,8 kg. Durian monthong ini merupakan durian monthong terberat yang pernah ada. Pada kesempatan ini, pihak pengelola agrowisata mengundang wartawan media elektronik dan media cetak serta beberapa rekan bisnis lain untuk datang dan melihat buah tersebut sambil berwisata. Bentuk pencitraan yang lain dilakukan melalui beberapa kerja sama dengan stasiun tv swasta di Indonesia. Stasiun tv tersebut adalah Trans Crop, beberapa

program tv di stasiun tv ini menggunakan Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* sebagai lokasi shooting. Agrowisata ini juga bekerjasama dengan radio swasta di Semarang menggunakan sistem barter promo, agrowisata mendapatkan sesi promosi/ wawancara melalui radio Trax FM Semarang sedangkan pihak Trax FM mendapatkan wisata gratis yang diperuntukkan bagi karyawan mereka. Promosi lain yang telah dilakukan agrowisata ini adalah mengadakan lomba senam aerobik yang bekerjasama dengan Esia, Fatigon, Indomie – Pop mie, dan Aquaria sehingga diharapkan melalui lomba ini para peserta lomba dapat mengajak keluarga atau kerabat mereka untuk berkunjung di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*. Pihak marketing agrowisata ini juga bekerjasama dengan instansi di Kabupaten Kendal, agrowisata ditunjuk sebagai wisata unggulan di Kabupaten Kendal. Hal ini diungkapkan melalui *website* resmi Kabupaten Kendal dan *website* resmi propinsi jawa tengah.

Namun usaha – usaha yang telah dilakukan untuk memasarkan agrowisata ini dirasa belum cukup, karena terjadi penurunan jumlah wisatawan dari tahun 2009 hingga tahun 2011 (lihat Tabel 1). Situasi persaingan yang ketat ini membuat para pengembang kawasan agrowisata sulit meningkatkan jumlah wisatawan. Kondisi ini membuat tugas para pemasar semakin berat mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri wisatawan seperti selera, maupun aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural wisatawan.

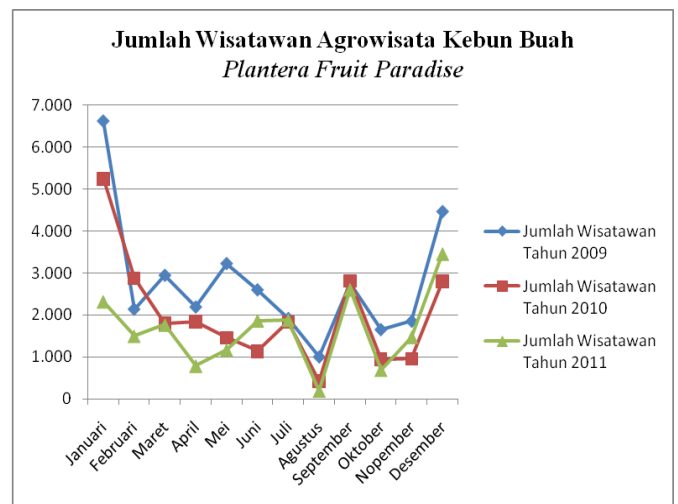
Tabel 1.
Rekapitulasi Jumlah Wisatawan Agrowisata
Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*

Bulan	Jumlah Wisatawan		
	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Januari	6.633	5.258	2.317
Februari	2.136	2.880	1.494
Maret	2.945	1.808	1.761
April	2.188	1.849	782
Mei	3.226	1.461	1.160
Juni	2.597	1.142	1.864
Juli	1.914	1.833	1.878

Bulan	Jumlah Wisatawan		
	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Agustus	994	422	186
September	2.755	2.815	2.606
Oktober	1.647	946	684
Nopember	1.846	957	1468
Desember	4.469	2.804	3.459
Total	33.350	24.175	19.659

Sumber: Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*, 2011

Jika dilihat dari data tersebut, dari tahun 2009 sampai 2011 jumlah wisatawan mengalami penurunan dari 33.350 wisatawan menjadi 19.659 wisatawan. Pada tahun 2009 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan dari awal tahun hingga akhir tahun, sama halnya dengan penurunan jumlah kunjungan wisatawan di tahun 2010 dan 2011. Berikut ini adalah grafik penurunan kunjungan wisatawan di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*.



Gambar 1.
Grafik Jumlah Wisatawan Agrowisata Kebun
Buah *Plantera Fruit Paradise*

Melalui gambar 1. terlihat bahwa grafik penurunan jumlah kunjungan wisatawan memiliki tren yang hampir sama. Agrowisata ini telah berupaya untuk mengatasi penurunan jumlah kunjungan wisatawan dengan meningkatkan mutu layanan, membangun kerja sama dengan sekolah-sekolah dan perkantoran, memasang iklan di media massa, memperbaiki fasilitas agrowisata, menambah ragam menu di *Platera Resto* termasuk menambah ragam program wisata dengan harapan dapat menarik perhatian wisatawan dan memenuhi

selera atau kebutuhan para wisatawan. Pada tahun 2009 agrowisata ini hanya memiliki 3 (tiga) program wisata yaitu agrowisata keliling kebun menggunakan mobil wisata (fruit tour), agrowisata keliling kebun dengan berjalan kaki (fruit safari), dan agrowisata keliling kebun menggunakan mobil wisata sambil memetik buah yang siap panen (fruit paradise). Pada bulan September tahun 2010 agrowisata ini menyediakan program lain yaitu plantera adventure, melalui program ini diharapkan wisatawan dapat melakukan hal lain selain berkeliling kebun. Plantera adventure menyediakan wahana *flying fox* yang bisa dinikmati wisatawan pada segala umur, wahana perahu air, sepeda air, pemancingan, bahkan tersedia wahana menaiki motor ATV untuk berkeliling danau yang terletak di areal kebun buah.

Kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini karena komplain dari wisatawan yang cukup banyak, mulai dari jarak yang harus ditempuh untuk mencapai lokasi agrowisata, lama perjalanan menuju agrowisata, kondisi jalan menuju lokasi agrowisata, lamanya menunggu giliran untuk naik mobil wisata, kualitas buah di agrowisata, hingga ketersediaan buah di lokasi agrowisata. Hal yang paling sering disoroti oleh wisatawan adalah ketersediaan buah di lokasi agrowisata.

Tabel 2.
Kritik dan Saran Wisatawan di Agrowisata
Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*

No	Nama	Kritik & Saran
1	Ani	Harga tiket masuk dirasa terlalu mahal dan pemberian aquaria dirasa kurang memuaskan
2	Anonim	Saya merasa kecewa karena buah tidak tersedia dan harga tiket dirasa terlalu mahal
3	Anonim	Saya merasa kecewa karena harga buah yang mahal, selain itu agrowisata dirasa tidak ada menyediakan apapun
4	Anonim	Saya merasa kecewa karena buah tidak tersedia sama sekali
5	Abdullah zaini Fak. Ekonomi UNTAG	Saya merasa bahwa pengelola wisata sangat bagus dan asyik. Saya menyarankan agar di sepanjang jalan di beri payung/ pohon yang rindang supaya tidak panas, selain itu saya mohon disediakan toko souvenir yang menjual oleh2 semacam kalung yang bergambar buah. Saya merasa cukup puas dengan sambutannya sekian dan terimakasih

No	Nama	Kritik & Saran
6	Bu Ahmad Pekalongan	Mohon dipertimbangkan kembali kebijakan mengenai pembayaran tiket bagi anak yang berusia dibawah 2 (dua) tahun. Sebaiknya pembayaran tiket berlaku bagi pengunjung atau anak yang berusia diatas 5 (lima) tahun. Saya rasa harga tiket terlalu mahal.
7	Anonim	Mohon air kran selalu siap dialirkan
8	Anonim	Semboyan surga buah tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan karena tidak ada buah sama sekali. Sebaiknya harga buah disesuaikan atau lebih murah dari harga pasaran. Mohon buah ditoko lebih dilengkapi dan bervariasi.
9	Farizal	Saya masih merasa bingung untuk mencapai lokasi agrowisata karena sedikitnya petunjuk jalan. Mohon agar petunjuk jalan ke agrowisata ditambah lagi agar lebih jelas.
10	Daniel	Saya datang pada hari rabu ke plantera ternyata tidak tersedia apapun di agrowisata selain itu buah yang dijual di resto juga tidak lengkap saya merasa sangat kecewa. Harga buah yang dijual di resto juga lebih mahal dari yang dijual di pasar.
11	Ibu wisnu	Saya jauh – jauh datang untuk melihat kebun buah, namun kenyataannya saya hanya melihat kebun daun. Saya sangat kecewa karena tidak bisa menikmati apa - apa. Harga – harga yang ditetapkan terlalu mahal.
12	Nur hayati Romb dawis	Mohon untuk sarana ibadah kami umat islam mushola aja sedikit diperluas mohon maaf dan terimakasih
13	Anonim	Saya merasa bahwa fasilitas yang diberikan menurun, sekarang saya tidak dapat souvenir hanya mendapatkan sebotol aquaria. Mohon agar di masa mendatang dapat ditingkatkan pelayanannya.
14	Prijitno andar Lempong sari 298 Semarang (024)8414897	Mohon ditambahkan fasilitas untuk anak-anak seperti kolam renang anak (waterboom). Saran saya agar melakukan promosi melalui koran atau media yang lain dengan menunjukkan peta lokasi dari arah semarang atau dari kendal dan weleri.
15	Anonim	Fasilitas untuk pengunjung agar lebih ditingkatkan jangan malah dikurangi. Pelayanan selama kunjungan lebih baik harapan kami untuk kedepan akan lebih baik lagi.
16	Subakir Wonogiri	Mohon perbaiki jalan di agrowisata karena becek sekali.
17	Yuni mandira Tour sklt	Saya mohon untuk penyajian makan agar masakan lebih terasa bumbunya. Selain itu mohon harga buah agar lebih murah dari harga pasar. Saya juga mohon biro tour dapat di beri perkembangan informasi terbaru terutama ketika ada petik buah.
18	Anonim	Saya rasa luas kebun sebesar 200 ha sekian belum keseluruhan di kelola

No	Nama	Kritik & Saran
		dengan baik efektif, mohon untuk kedepan di efektifkan pemanfaatan lokasi.

Sumber : Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise, 2011

Komplain-komplain tersebut menimbulkan *words of mouth* yang negatif yang akan berakibat buruk bagi jumlah kunjungan wisatawan, penelitian ini ingin menguji faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya positif *words of mouth* agar wisatawan tertarik untuk datang ke agrowisata ini. Terbentuknya positif *words of mouth* akan memudahkan tenaga pemasar untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Dengan demikian, perlu diketahui faktor-faktor pembentuk positif *words of mouth* ditinjau dari persepsi wisatawan.

TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN EMPIRIK

Positif Words of Mouth

Arndt (1967) dalam Cengiz dan Yayla (2007 :75) mendefinisikan WOM sebagai komunikasi dari satu orang kepada orang lain, dimana seseorang yang menjadi penerima informasi tidak merasakan adanya nilai komersial ketika si pemberi informasi merekomendasi hal-hal yang berkaitan dengan merk, produk atau jasa tertentu.

Pada penelitian yang dilakukan oleh *Babin et al* (2005), mengembangkan model penelitian bahwa pelayanan dapat mempengaruhi WOM melalui kepuasan. Dalam penelitiannya pada restaurant di Korea, *Babin et al* (2005) menetapkan indikator WOM sebagai berikut: Mengatakan hal yang positif kepada orang lain; merekomendasikan kepada orang yang membutuhkan saran, mengajak teman/ keluarga untuk mengunjungi restaurant. Berdasarkan pada penelitian *Babin et al* (2005), maka penelitian ini menggunakan tiga indikator yang sama untuk WOM positif sebagai berikut: menceritakan hal yang positif tentang agrowisata kepada pihak lain; merekomendasikan/ menyarankan kepada orang lain untuk berkunjung pada agrowisata tersebut dan mengajak teman/ keluarga berkunjung ke agrowisata tersebut.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Wisatawan yang puas adalah wisatawan yang mendapatkan *value* dari produsen atau penyedia jasa. Wisatawan yang puas akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa tersebut. Bahkan wisatawan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan wisatawan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Bagi wisatawan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan bila kepuasan wisatawan dapat tercapai (Irawan, 2002).

Konsumen membandingkan persepsi mereka atas mutu produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan dalam persepsi kepuasan/ ketidakpuasan menyeluruh mereka (Sunarto, 2006).

Pada penelitiannya Dirgantara (2006) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan konsumen dapat membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*words of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Keberagaman Program Wisata

Bagi perusahaan, motivasi utama dari menyediakan produk yang beragam adalah memenuhi keinginan konsumen yang berbeda-beda dan meningkatkan keuntungan sedangkan bagi konsumen semakin beragam produk berarti semakin banyak pilihan yang sesuai dengan keinginan mereka (Wu, 2007). Hal ini sesuai dengan penelitian Chen, *et al.* (2011) membahas hubungan antara ketidakpastian permintaan dengan keberagaman produk pada hotel internasional di Taiwan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpastian permintaan atau kebutuhan turis mendorong hotel untuk memperluas keberagaman produk mereka agar permintaan turis dapat terpenuhi. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan hendak memenuhi kebutuhan konsumennya agar konsumen terpuaskan.

Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* menyediakan program wisata yang cukup banyak dan beragam sehingga wisatawan dapat memilih program sesuai dengan kebutuhannya, karena adanya kecenderungan dalam diri wisatawan yang menghendaki pilihan yang beragam, sehingga dengan bermacam-macam program yang disediakan diharapkan dapat memberikan dorongan dan pilihan bagi wisatawan untuk memilih program yang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Penyediaan keragaman program yang baik tidak hanya akan memuaskan wisatawan tetapi dapat menimbulkan WOM positif. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pemasar tanpa mereka sadari dan pada akhirnya dapat membantu pengelola untuk mencapai sasaran dan tujuan pengelola agrowisata.

Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* menawarkan berbagai macam program wisata yang diharapkan sesuai dengan keinginan wisatawan.

Program wisata yang ditawarkan antara lain :

1. Basic Package, yang terdiri dari:

- Fruit Tour

Paket wisata tour keliling kebun seharga Rp. 25.000 per orang, berjarak 4400 meter yang didampingi oleh seorang pemandu wisata menggunakan mobil wisata wisata yang berkapasitas 12 orang. Mobil wisata ini memiliki warna yang menarik yaitu warna jingga, putih, dan hijau yang membuat wisatawan merasa nyaman. Komoditi yang tersedia adalah durian Monthong, lengkeng Itoh, jambu air Citra, buah naga merah, dan srikaya Grand Anona. Selain itu juga terdapat beberapa tanaman rambutan Binjai dan rambutan Rapih serta beberapa tanaman lain yang terletak di kebun koleksi.

Peserta bisa turun di terminal setiap komoditi untuk menikmati suasana kebun buah sekaligus berfoto di area kebun. Terminal mobil wisata tersebut terdiri dari terminal durian, terminal jambu, terminal buah naga, pondok plantera dan terminal plantera adventure.

- Fruit Safari

Paket wisata berupa tour jalan kaki keliling kebun berjarak 1100 meter, selama 60 menit yang didampingi seorang pemandu wisata. Harga tiket paket wisata ini adalah seharga Rp 10.000 per orang. Di sela perjalanan keliling

kebun buah, peserta dapat istirahat sejenak menikmati suasana perkebunan buah di pondok/terminal yang telah disediakan yaitu PONDOK DURIAN dan PONDOK LENGKENG. Selain mengelilingi kebun durian monthong dan lengkeng itoh, peserta juga dapat mengelilingi kebun koleksi yang berada di depan *Plantera Resto & Shop* didampingi oleh pemandu wisata.

- Fruit Paradise

Paket wisata petik/panen buah sendiri – paket ini diadakan sesuai jadwal panen Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* jadi tidak setiap saat paket fruit paradise ini ada. Sistem paket paradise ini adalah membeli kupon buah yang akan dipetik sesuai jadwal panen (plus tiket fruit tour)

2. PLANTERA ADVENTURE

- Flying Fox

Flying fox merupakan salah satu *challenging game* yang paling diminati dilokasi agrowisata. Permainan ini sendiri termasuk dalam kategori *High Impact, flying fox* pada agrowisata ini dilengkapi dengan peralatan yang memadai, keselamatan yang memadai dan juga tenaga operator maupun instruktur yang mempunyai pengalaman yang cukup untuk memainkan permainan ini. Wisatawan akan melayang di udara, diharapkan melalui permainan ini wisatawan dapat berteriak sekenjang yang mereka inginkan untuk melepas stress, sehingga dapat menyingkirkan rasa takut mereka, sambil menikmati pemandangan indah Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*

- War Game (senjata, rompi, dan google)

Permainan ini mensimulasikan kegiatan militer menggunakan replika senjata api. Permainan ini di desain untuk memenuhi hasrat pecinta senjata (positif) untuk mengalami pengalaman menembakkan senjata yang relatif aman untuk pengguna individu dan pengaplikasian strategi pertempuran dalam permainan perang-perangan/*skirmish (war game)* jika dalam suatu komunitas. Peserta permainan harus melengkapi diri mereka dengan kaca mata pelindung (*goggle*) dan rompi tebal agar mengurangi cedera atau rasa sakit.

- Wahana “Aer” (sepeda air atau perahu dayung)

Wahana “aer” yang ditawarkan oleh agrowisata ini adalah wahana sepeda air dan perahu dayung. Sepeda air merupakan salah satu wahana permainan air yang berbentuk binatang, wahana ini sangat cocok bagi wisatawan yang ingin mengelilingi danau sambil bersantai. Selain itu ada wahana perahu dayung yang bisa dinikmati oleh para wisatawan. Wahana sepeda air dan perahu dayung ini telah memenuhi standart keselamatan dan keamanan. Kedua wahana ini dapat dinikmati tiap orang dengan membayar Rp. 15.000,- untuk 10 menit permainan.

- *ATV (All Terrain Vehicle)*

ATV merupakan jenis kendaraan yang digerakkan dengan mesin motor berban empat. ATV bisa digunakan oleh anak-anak sampai orang dewasa. Permainan ini dapat dinikmati dengan membayar Rp. 20.000,- untuk 2 kali putaran mengelilingi danau.

- *Fishing*

Para wisatawan dapat memancing sambil duduk santai bersama keluarga di gazebo yang terletak di bibir danau dengan mengeluarkan biaya Rp. 10.000,-/ orang (1 pancing dan 1 paket umpan)

Selain produk-produk paket wisata, Plantera Fruit Paradise juga menyediakan toko bibit dan pupuk pertanian. Bibit yang dijual di toko ini adalah bibit berkualitas dan telah melalui proses penyesuaian terlebih dahulu. Pengunjung dapat membeli bibit tanaman Buah Naga, Jambu Citra, Rambutan, Srikaya Grand Anona, Kelengkeng Itoh, dan lain-lain. Pupuk dan obat-obatan tanaman yang mendukung pertumbuhan tanaman juga disediakan oleh Plantera.

Mutu Program Wisata

Kotler and Armstrong (2004) mengungkapkan arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau

ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas (Meirovich & Bahnan, 2011).

Program wisata di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* bertujuan mengenalkan konsep wisata dan belajar (*agroedutourism*) dengan memberikan pengetahuan kepada wisatawan tentang bagaimana membudidayakan tanaman buah yang berasal dari luar negeri (Thailand) di Indonesia.

Program wisata ini juga memberikan informasi mengenai ragam buah berkualitas dan teknologi terbaru untuk membuahakan tanaman yaitu dengan metode pemboosteran sehingga tanaman buah dapat dibuahkan kapan saja. Metode ini dikembangkan di agrowisata berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Bapak Erick Liem selaku ahli pertanian dari Malaysia. Agrowisata ini juga mengenalkan kepada anak-anak bagaimana menanam tanaman buah yang baik sehingga anak-anak dapat mengetahui darimana asal buah-buah yang selama ini mereka konsumsi. Pengelola berharap bahwa pengunjung selain berekreasi juga mendapatkan pengetahuan mengenai teknik budidaya tanaman buah dan pengetahuan mengenai pengelolaan hasil tanaman buah-buahan.

Mutu Layanan

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006:181).

Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan bagian dari penilaian konsumen terhadap variabel penjualan. Wisatawan setelah menerima pelayanan, mereka akan membandingkan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang mereka terima (Parasuraman, *et al.*, 2004).

Jika pelayanan yang diterima dibawah pelayanan yang diharapkan, wisatawan akan tidak puas dan kehilangan kepercayaan terhadap penyedia produk tersebut. Sebaliknya jika pelayanan yang diharapkan sesuai maka wisatawan akan puas dan memungkinkan wisatawan memberitahu kerabatnya tentang kepuasannya atas layanan tersebut.

Agrowisata berusaha memberikan layanan yang terbaik kepada para wisatawan, untuk memudahkan pengunjung mencapai lokasi agrowisata, pengelola membuat papan-papan penunjuk arah, memberikan petunjuk melalui denah dalam brosur, leaflet dan blog. Selain itu manajemen pemasaran Plantera sendiri memberikan fasilitas *costumer service* untuk kejelasan rute mencapai lokasi. Agrowisata ini memiliki 50 orang karyawan dalam menjalankan usahanya. Karyawan tersebut menempati posisinya masing-masing dan memiliki tugas masing-masing sesuai dengan divisinya. Jumlah karyawan yang cukup banyak ini bertujuan agar dapat lebih memperlancar proses pelayanan jasa kepada konsumen. Seluruh karyawan di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* telah diberi pelatihan pada awal pembangunan kebun buah ini. Pelatihan diberikan oleh panitia persiapan dari PT. Cengkeh Zanzibar. Pelatihan yang diberikan antara lain: cara melayani wisatawan yang berkunjung, cara memandu para wisatawan, panduan informasi yang harus disampaikan (*product knowledge*), pengenalan cara membudidayakan tanaman, penanganan pasca panen buah-buahan, cara mengemas buah-buahan, dan cara menanggapi komplain pelanggan. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi karyawannya yaitu dengan mengadakan *gathering* bersama dan melakukan *training* yang berkelanjutan sehingga kompetensi karyawan tetap terjaga dan termonitor untuk terus berkembang. Untuk mendukung kompetensi karyawan, *costumer handling*, karyawan mengikuti workshop mengenai mengenai budidaya, dan lain-lain.

Strategi operasional yang dilakukan terkait dengan pelayanan awal pengunjung yaitu dengan menempatkan beberapa pegawai wisata di depan hall agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*. Hal ini dilakukan untuk mendukung proses pelayanan penyampaian berbagai macam informasi yang dibutuhkan pengunjung untuk memperoleh atau mendapatkan kebutuhannya.

Sedangkan pelayanan administrasi yang dilakukan oleh agrowisata ini adalah dengan membuka jaringan telepon pada sekretariat agrowisata dan beroperasi pada hari senin sampai dengan sabtu dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB. Proses ini bertujuan untuk memudahkan konsumen yang akan melakukan transaksi atau pemesanan paket khusus, paket rombongan, dan penyewaan pendopo.

Proses pembayaran juga dimudahkan dengan menyediakan kasir dengan pelayanan yang cepat dan tepat dengan jumlah empat buah unit kasir yaitu kasir toko buah, kasir restoran, kasir pondok plantera *adventure*, dan kasir toko souvenir. Sistem pembayaran dapat dilakukan melalui pembayaran cash.

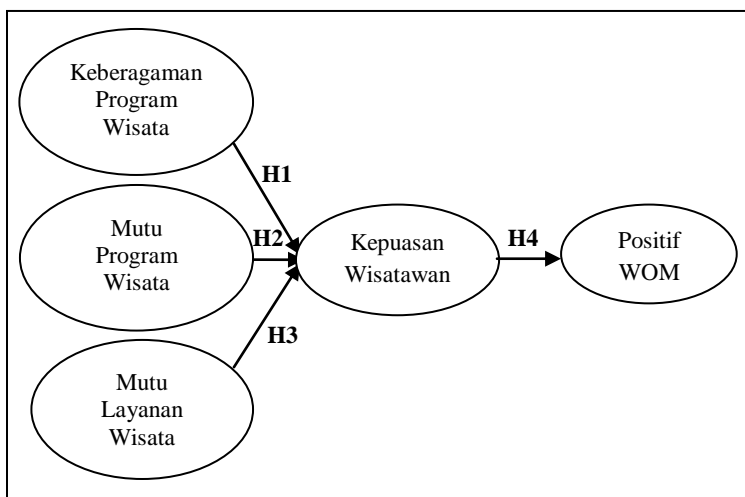
Pengelola juga menyediakan layanan untuk menanggapi complain pelanggan yaitu dengan adanya layanan *costumer service*. *Costumer service* ini dimaksudkan untuk memenuhi atau menanggapi keluhan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga pihak manajemen dapat mengambil tindakan jika ada permasalahan dalam sarana atau fasilitas wisata maupun *costumer handling* oleh setiap karyawan.

Agrowisata ini menyediakan mushola (tempat beribadah) di samping plantera resto & shop, juga toilet terpisah bagi pria dan wanita di berbagai tempat antara lain: plantera hall, plantera resto & shop, area plantera *adventure*, dan pendopo. Selain itu juga disediakan lapangan parkir yang luas di dalam kawasan agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*. Kawasan parkir dilengkapi dengan papan penunjuk arah serta petugas parkir sehingga membuat pengunjung merasa nyaman dan aman. Pengelola juga menyediakan kawasan parkir yang terletak di depan kawasan agrowisata untuk mengantisipasi banyaknya jumlah pengunjung. Agrowisata juga terus menjaga kenyamanan, keamanan, kebersihan, dan keindahan yaitu dengan menerapkan kebersihan tempat wisata dengan pengelolaan intensif dengan penjadwalan pembersihan lokasi yang teratur dan terencana sehingga kesan nyaman dan indah dapat dirasakan oleh konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu dengan spesialisasi pekerja kebersihan.

Berikut adalah hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini :

- H1 : Semakin beragam program wisata semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*.
- H2 : Semakin berkualitas program wisata maka semakin puas wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*.
- H3 : Semakin bermutu layanan yang diberikan maka semakin puas wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*.
- H4 : Semakin puas wisatawan semakin positif *word of mouth* yang diceritakan.

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan maka didapat gambar pengembangan model penelitian empirik sebagai berikut :



Gambar 2.
Pengembangan Model Penelitian Empirik

Berikut adalah tabel yang menunjukkan variabel dan indikator pada penelitian ini:

Tabel 3.
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Keberagaman Program Wisata	X1 Program wisata bervariasi
	X2 Fasilitas di agrowisata lengkap
	X3 Aktivitas berwisata banyak
Mutu Program Wisata	X4 Program wisata bermanfaat
	X5 Program wisata menarik minat untuk datang kembali

Variabel	Indikator
Mutu Layanan	X6 Program wisata menyenangkan
	X7 Pelayanan petugas tiket cepat
	X8 Kejelasan informasi yang diberikan pemandu wisata
	X9 Kemampuan karyawan untuk menjawab pertanyaan dari wisatawan
	X10 Agrowisata sesuai dengan penawaran yang diberikan
Kepuasan Wisatawan	X11 Agrowisata merupakan tempat wisata yang baik
	X12 Kepuasan kecepatan pelayanan
	X13 Wisatawan merasa senang berkunjung
	X14 Kepuasan kejelasan penyampaian informasi oleh pemandu wisata
	X15 Keramahan karyawan agrowisata
	X16 Wisatawan mendapat pengalaman baru dalam berwisata
	X17 Wisatawan menyukai buah-buahan yang dibudidayakan
Words of Mouth Positif	X18 Wisatawan selalu memuji agrowisata
	X19 Wisatawan merekomendasikan agrowisata
	X20 Wisatawan akan datang kembali ke agrowisata dalam waktu dekat ini
	X21 Wisatawan akan mengajak orang lain ke agrowisata

Sumber : Dikembangkan Peneliti, 2011

METODE PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda pada program SPSS.

Sumber Data dan Cara Pengumpulan Data

Pada penelitian ini jenis data yang diambil adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diambil dari data yang berbentuk laporan, dan publikasi lainnya yang terkait dengan kebutuhan riset. Sedangkan data primer diambil dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 wisatawan Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* yang terletak di Desa Sidokumpul, Kecamatan Patean, Kabupaten

Kendal. Data primer diambil pada bulan Maret 2012.

Perumusan Model Regresi

Dalam penelitian ini, digunakan model regresi linier berganda. Formulasnya adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

$$Y_2 = \alpha_2 + \beta_4 Y_1 + e_2$$

Dimana :

$$Y_2 = \text{Positif } Word \text{ of } Mouth$$

$$Y_1 = \text{Kepuasan berkunjung wisatawan}$$

$$X_1 = \text{Keberagaman program wisata}$$

$$X_2 = \text{Mutu Program Wisata}$$

$$X_3 = \text{Mutu Layanan Agrowisata}$$

$$\alpha_1 = \text{Konstanta 1}$$

$$\alpha_2 = \text{Konstanta 2}$$

$$\beta_1 = \text{Koefisien regresi untuk variabel keberagaman program wisata}$$

$$\beta_2 = \text{Koefisien regresi untuk variabel mutu program wisata}$$

$$\beta_3 = \text{Koefisien regresi untuk variabel mutu layanan agrowisata}$$

$$\beta_4 = \text{Koefisien regresi untuk variabel kepuasan berkunjung wisatawan}$$

$$e = \text{error}$$

Hasil regresi kemudian diuji menggunakan uji signifikansi parameter. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) yaitu pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_i) secara individual variabel dependen (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan valid dan reliabel atau dengan kata lain tepat dan dapat dipercaya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator valid/tepat dalam mencerminkan variabel laten yang dibentuk pada tingkat signifikansi korelasi masing-masing indikator terhadap variabel laten sebesar < 0.05 . Reliabilitas masing-masing variabel ditunjukkan dengan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60

(Ghozali, 2002). Rangkuman hasil uji reliabilitas tersebut dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4.
Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner

Variabel Laten	Cronbach's Alpha
Keberagaman Program Wisata	0,770
Mutu Program Wisata	0,738
Mutu Layanan	0,809
Kepuasan Pelanggan	0,837
Words of Mouth Positif	0,871

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4. dapat dinyatakan bahwa alat ukur tersebut reliabel atau dapat dipercaya sebagai pengukur dalam penelitian ini, karena semua variabel memiliki nilai Conbrach Alpha $> 0,60$.

Uji Multikolinieritas

Perhitungan melalui hasil regresi berganda, diperoleh nilai Toleransi dan VIF masing-masing variabel independen yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 5.
Hasil Perhitungan Toleransi dan VIF Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan

Variabel	Toleransi	VIF
Keberagaman Program Wisata	0,581	1,722
Mutu Program Wisata	0,549	1,822
Mutu Layanan	0,739	1,353

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 6.
Hasil Perhitungan Toleransi dan VIF Variabel Dependen Words of Mouth Positif

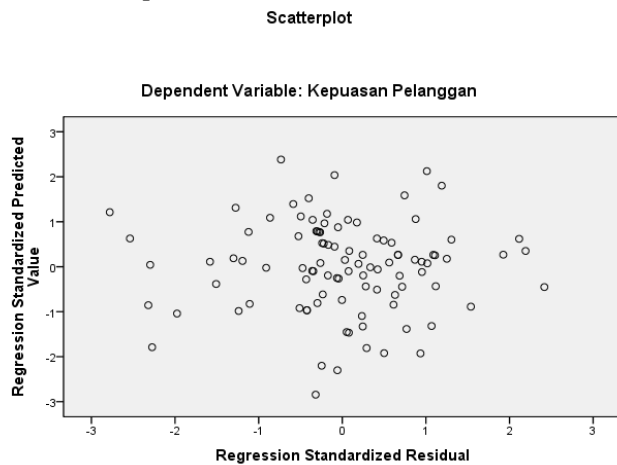
Variabel	Toleransi	VIF
Kepuasan Pelanggan	1,000	1,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 5. menunjukkan bahwa nilai toleransi ketiga variabel independen mendekati 1 dan nilai VIF kurang dari 10, dengan demikian tidak ada masalah multikolinieritas dalam model penelitian. Hal ini juga berlaku untuk data yang terdapat pada tabel 6.

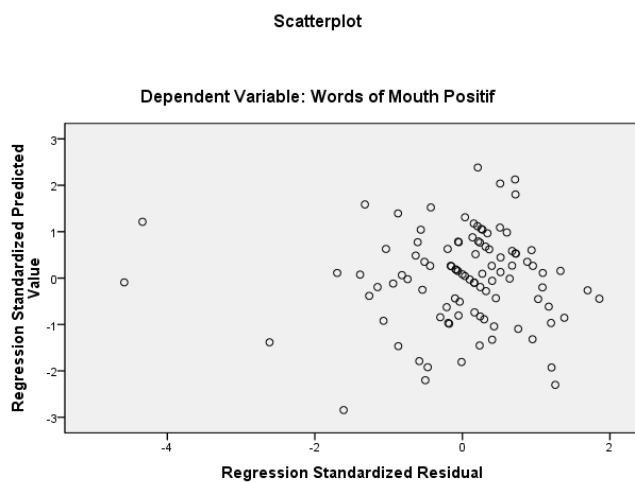
Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dalam grafik *scatterplot* berikut :



Gambar 3.

Scatterplot Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan



Gambar 4.

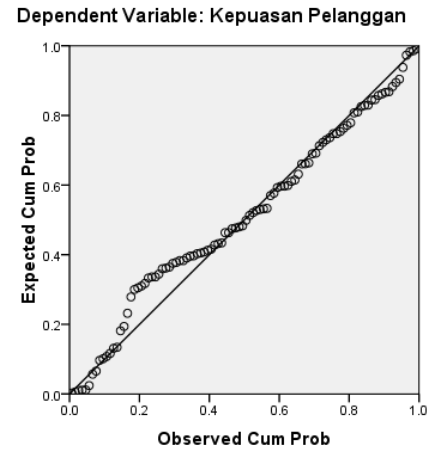
Scatterplot Variabel Dependen Words of Mouth Positif

Kedua grafik diatas terlihat dengan jelas bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, dengan demikian tidak ada permasalahan heteroskedastisitas dalam model penelitian.

Uji Normalitas

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

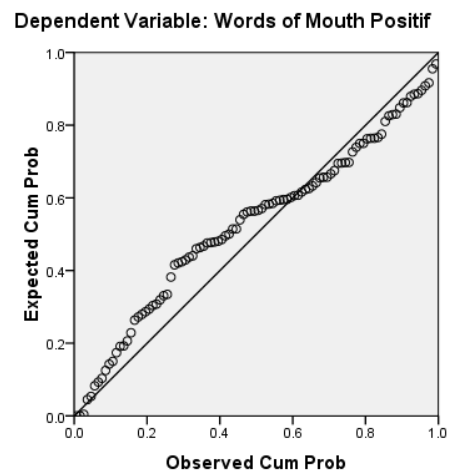
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5.

Normal Probability Plot Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 6.

Normal Probability Plot Variabel Dependen Words of Mouth Positif

Pada gambar di atas terlihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan demikian data yang digunakan bersifat normal. Hal ini mengindikasikan bahwa jawaban responden terhadap kuesioner yang di isi sesuai dengan persepsi responden.

Identitas Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan wisatawan Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit*

Paradise yang terletak di Desa Sidokumpul, Kecamatan Patean, Kabupaten Kendal.

Tabel 7.
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	55	55
2	Laki-laki	45	45
		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan tabel 7. dapat diketahui bahwa sebagian besar wisatawan di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* berjenis kelamin perempuan yaitu sejumlah 55 orang (55 persen) sedangkan wisatawan berjenis kelamin pria hanya berjumlah 45 orang (44 persen).

Tabel 8.
Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	SD/ SMP	5	5
2	SMA/ SMK	25	25
3	Diploma/S1	66	66
4	S2	4	4
		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 8. dapat diketahui bahwa sebagian besar tingkat pendidikan dari para wisatawan di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* adalah S1 sebanyak 66 orang (66 persen). Selain itu terdapat 25 orang wisatawan (25 persen) dengan tingkat pendidikan SMA/SMK, dan 5 orang wisatawan (5 persen) dengan tingkat pendidikan SD/SMP. Sedangkan untuk tingkat pendidikan S2 hanya 4 orang wisatawan (4 persen).

Deskripsi Variabel Keberagaman Program Wisata

Deskripsi dari jawaban responden atas pertanyaan dalam keberagaman program wisata dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9.
Deskripsi Variabel Keberagaman Program Wisata

Indikator	Mean	Kategori
Program Variatif	6,97	sedang
Fasilitas Lengkap	6,84	sedang
Aktivitas Banyak	6,73	sedang

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Melalui tabel 9. tampak bahwa tiap-tiap indikator variabel keberagaman program wisata, wisatawan merasa program wisata di Agrowisata cukup variatif jika dibandingkan dengan agrowisata sejenis. Hal tersebut tampak dari nilai rata-rata *program variatif* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi jika dibandingkan dengan indikator lain yaitu sebesar 6,97. Sedangkan untuk indikator *fasilitas lengkap* dan *banyaknya aktivitas wisata* masing-masing memiliki nilai rata-rata 6,84 dan 6,73 yang artinya wisatawan merasa fasilitas agrowisata dan aktivitas wisata di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise* cukup lengkap dan cukup banyak.

Berdasarkan hasil analisis dari pertanyaan terbuka juga diketahui beberapa tanggapan dari responden terhadap keberagaman program wisata yaitu wisatawan menginginkan fasilitas tambahan antara lain adanya kamar mandi (WC) ditengah kebun, tempat menginap di agrowisata, kolam renang, pemandian air panas, penyewaan payung sehingga wisatawan tidak kepanasan/ kehabisan di tengah kebun, dan pemberian buah gratis (sampel).

Deskripsi Variabel Mutu Program Wisata

Deskripsi dari jawaban responden atas pertanyaan dalam mutu program wisata dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10.
Deskripsi Variabel Mutu Program Wisata

Indikator	Mean	Kategori
Program Bermanfaat	7,44	tinggi
Program Menarik	6,99	sedang
Program Menyenangkan	7,24	tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 10. menunjukkan nilai rata-rata dan nilai tengah tiap-tiap indikator variabel mutu program wisata. Wisatawan lebih memandang bahwa agrowisata ini memiliki program wisata yang bermutu karena program wisata bermanfaat bagi para wisatawan. Hal tersebut tampak dari nilai rata-rata *program wisata bermanfaat* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 7,44. Sedangkan indikator *program wisata menyenangkan* memiliki nilai rata-rata 7,24 yang artinya wisatawan merasa program wisata di agrowisata terasa menyenangkan. Indikator *program wisata menarik minat* memiliki nilai rata-rata terkecil yaitu sebesar 6,99 yang artinya wisatawan cenderung ragu-ragu untuk datang kembali ke agrowisata ini.

Berdasarkan hasil analisis dari pertanyaan terbuka juga diketahui beberapa tanggapan dari responden terhadap mutu program wisata yaitu wisatawan merasakan manfaat dari berkeliling kebun wisata karena dapat mengetahui jenis-jenis buah dan masa panen masing-masing varietas tanaman buah. Wisatawan menantikan masa panen buah, mereka mengharapkan bisa memanen buah sendiri dan ikut berbelanja saat bazaar buah. Selain itu para wisatawan menyukai pemandangan dan suasana yang sejuk di agrowisata.

Deskripsi Variabel Mutu Layanan Agrowisata

Deskripsi dari jawaban responden atas pertanyaan dalam mutu layanan agrowisata dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 11.

Deskripsi Variabel Mutu Layanan Agrowisata

Indikator	Mean	Kategori
Kecepatan pelayanan	7,37	tinggi
Penjelasan pemandu wisata	7,52	tinggi
Kemampuan karyawan menjawab pertanyaan	7,31	tinggi
Agrowisata sesuai penawaran	6,90	sedang
Agrowisata merupakan tempat wisata yang baik	7,32	tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 11. menunjukkan nilai rata-rata dari indikator penjelasan pemandu wisata yang tertinggi yaitu sebesar 7,52 dan indikator kesesuaian dengan penawaran terendah yaitu sebesar 6,90. Dengan demikian wisatawan lebih memandang

bahwa agrowisata ini memiliki layanan yang bermutu melalui kejelasan informasi yang diberikan oleh pemandu wisata.

Berdasarkan hasil analisis dari pertanyaan terbuka juga diketahui beberapa tanggapan dari responden terhadap mutu layanan agrowisata yaitu wisatawan mengharapkan pemandu wisata yang komunikatif dan humoris, selain memandu juga memberi kesempatan bagi wisatawan untuk bertanya. Informasi yang ingin didengar wisatawan adalah sejarah singkat pendirian agrowisata dan masa panen buah. Wisatawan berharap bahwa pohon selalu berbuah sehingga mereka dapat ikut serta memanen buah, selain itu agrowisata diharapkan menambah jenis buah yang ditanam.

Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Deskripsi dari jawaban responden atas pertanyaan dalam kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 12.

Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	Mean	Kategori
Kecepatan pelayanan	7,37	Tinggi
Wisatawan senang berkunjung	7,52	Tinggi
Penjelasan pemandu wisata	7,31	Tinggi
Keramahan karyawan	6,90	sedang
Wisatawan mendapatkan pengalaman baru	7,32	tinggi
Wisatawan menyukai buah-buahan	7,66	tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 12. menunjukkan bahwa indikator menyukai buah-buahan memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 7,66 dan indikator kecepatan layanan terendah yaitu sebesar 7,16. Dengan demikian wisatawan lebih merasa puas karena mereka menyukai buah-buahan yang dibudidayakan di agrowisata kebun buah *Plantera Fruit Paradise* dan wisatawan merasa kurang puas dengan kecepatan layanannya.

Berdasarkan hasil analisis dari pertanyaan terbuka juga diketahui beberapa tanggapan dari responden terhadap kepuasan pelanggan yaitu wisatawan merasa karyawan sangat tanggap, contoh ketika mereka selesai berbelanja banyak buah dan

kewalahan membawa barang belanjaan, dengan sigap karyawan membantu membawakan tas belanja wisatawan untuk diantar sampai ke mobil, wisatawan juga merasa senang karena bisa sejenak melepas kepenatan di kota, mereka mendapat pengalaman baru karena dapat mengetahui jenis buah dan dapat merasakan buah yang belum pernah mereka makan. Wisatawan tidak pernah komplain dan tidak pernah mendapatkan penjelasan yang keliru dari pemandu wisata. Para wisatawan menyukai buah-buah yang dibudidayakan di agrowisata ini, namun banyak yang mengeluhkan harga buah yang terlalu mahal di agrowisata.

Deskripsi Variabel Positif Words of Mouth

Deskripsi dari jawaban responden atas pertanyaan dalam positif *words of mouth* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 13.

Deskripsi Variabel Positif Words of Mouth

Indikator	Mean	Kategori
Memuji agrowisata	7,20	Tinggi
Merekomendasikan agrowisata	7,12	Tinggi

Uji T untuk Menguji Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3

Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14.

Uji T Hipotesis 1, Hipotesis 2, dan Hipotesis 3

Model	Koefisien Standar Beta Kepuasan Wisatawan	T	Sig.
(Konstan)		-.020	.984
Keberagaman Program Wisata	.188	2.998	.003
Mutu Program Wisata	.213	3.299	.001
Mutu Layanan Agrowisata	.642	11.528	.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 14. di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel keberagaman program wisata sebesar 2,998 dengan signifikansi 0,003 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ berarti variabel keberagaman program wisata mempengaruhi kepuasan pelanggan di agrowisata kebun buah *Plantera Fruit Paradise*. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan “Semakin beragam program wisata semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang

Indikator	Mean	Kategori
Berkunjung kembali ke agrowisata	6,40	Sedang
Mengajak orang lain ke agrowisata	7,02	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 13. menunjukkan bahwa kebanyakan wisatawan akan selalu memuji agrowisata ini namun mereka cenderung ragu-ragu untuk berkunjung kembali dalam waktu dekat ini. Hal ini ditunjukkan melalui nilai rata-rata tertinggi dari indikator *selalu memuji* yaitu senilai 7,2 dan nilai rata-rata terendah pada indikator *datang lagi* yaitu sebesar 6,4.

Berdasarkan hasil analisis dari pertanyaan terbuka juga diketahui beberapa tanggapan dari responden terhadap positif *words of mouth* yaitu wisatawan menyukai keramahan para karyawan dan menyukai pemandangan serta suasana yang sejuk di agrowisata, mereka akan merekomendasikan dan mengajak teman, keluarga, dan orang terdekat mereka untuk mengunjungi agrowisata lagi pada saat masa panen tiba.

berkunjung di Agrowisata Kebun Buah *Plantera Fruit Paradise*” telah terbukti.

Sementara itu, t hitung pada variabel mutu program wisata adalah sebesar 3,299 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ berarti variabel mutu program wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyebutkan bahwa “Semakin berkualitas program wisata maka

semakin puas wisatawan yang berkunjung di *Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise* telah terbukti. Hasil t hitung pada variabel mutu layanan agrowisata sebesar 11,528 dengan signifikansi sebesar 0,00 juga membuktikan hipotesis 3 yaitu “Semakin bermutu layanan yang diberikan maka semakin puas wisatawan yang berkunjung di *Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise*”

Melalui tabel 14. juga dapat disimpulkan bahwa variabel mutu layanan merupakan variabel yang paling mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai *Beta Standardized Coefficients* kepuasan wisatawan sebesar 0,642

yang merupakan nilai beta tertinggi jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Variabel mutu program wisata juga mempengaruhi kepuasan wisatawan namun pengaruhnya tidak setinggi variabel mutu layanan.

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel mutu program wisata memiliki nilai *Beta Standardized Coefficients* kepuasan wisatawan sebesar 0,213. Sedangkan variabel keberagaman program wisata memiliki pengaruh terendah terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai *Beta Standardized Coefficients* kepuasan wisatawan sebesar 0,188.

Tabel 15.
Uji T Hipotesis 4

Model	Koefisien Standar Beta Positif <i>Words of Mouth</i>	T	Sig.
(Konstan)		77.309	.000
Kepuasan Wisatawan	.662	8.740	.000

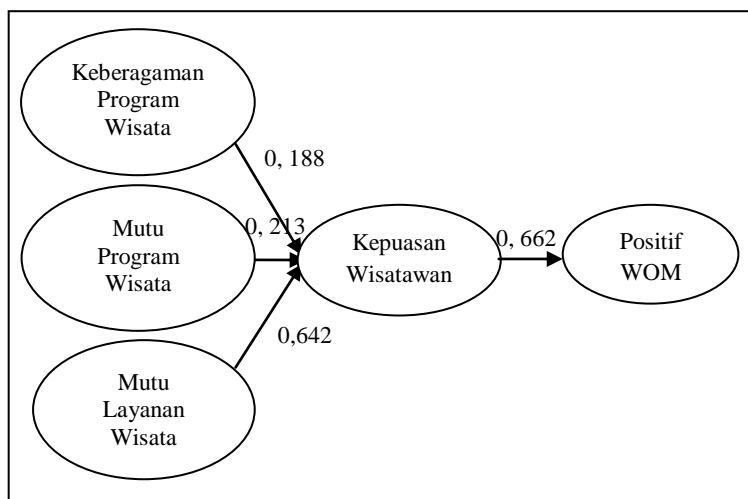
Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Tabel 15. menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel standar kepuasan pelanggan (KP) sebesar 8,740 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ berarti variabel standar kepuasan pelanggan mempengaruhi *words of mouth* positif tentang agrowisata kebun buah *Plantera Fruit Paradise*. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan “Semakin puas wisatawan semakin positif *words of mouth* yang diceritakan” telah terbukti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu pelayanan, mutu program wisata, keberagaman program wisata mempengaruhi kepuasan pelanggan dan positif WOM secara positif dan signifikan. Mutu pelayanan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Oleh karena itu *Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise* harus meningkatkan pelayanan kepada wisatawan jika ingin kepuasan pelanggan meningkat dan *word of mouth* yang positif dapat tercipta.

Pengaruh Keberagaman Program Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan

Wisatawan merasa program beragam/variatif karena adanya *plantera adventure*. Wisatawan dapat melakukan aktivitas lain setelah berkeliling melihat kebun buah. Aktivitas yang disukai wisatawan antara lain dapat berlama-lama duduk dipinggiran danau, menikmati pemandangan, menghirup udara segar, memancing, dan mengamati anak – anak yang bermain *flying fox* atau menaiki atv. Wisatawan ingin varietas buah lebih banyak dan program wisata yang lengkap terutama program wisata untuk anak – anak mereka. Berdasarkan pertanyaan terbuka ada beberapa fasilitas yang diinginkan wisatawan ada di agrowisata (lihat Tabel 16.)



Gambar 7.

Hasil Pengembangan Model Penelitian Empirik

Tabel 16.**Fasilitas Keinginan Wisatawan di Agrowisata**

No	Fasilitas Keinginan Wisatawan
1	Penyewaan payung saat panas/hujan
2	Tersedia banyak macam buah
3	Petik buah setiap saat
4	Fasilitas seperti agrowisata mekar sari
5	Harga buah murah
6	Adanya toko souvenir
7	Adanya kamar mandi/ toilet yang bersih ditengah kebun
8	Camping ground
9	Film dokumenter yang ada hubungan dengan agrowisata
10	Permainan air
11	Kolam renang
12	Paint ball
13	Pemandian air panas
14	Pemberian sampel buah gratis
15	Majalah tentang buah yang bisa ditanam disini
16	Ada taman bunga di tengah kebun
17	Water boom
18	Penginapan bagi wisatawan yang berasal dari luar kota
19	<i>Welcome drink</i> dan dapat mencicipi berbagai buah di tiap terminal
20	Lahan parkir yang luas

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Melalui pertanyaan terbuka juga terlihat bahwa banyak wisatawan yang ingin memetik langsung/ mencicipi buah yang di tanam di agrowisata. Komplain yang sering timbul adalah tidak adanya buah yang dapat dipanen langsung dan harga buah yang mahal di *plantera shop*. Oleh karena itu, pemberian sampel buah di tiap terminal buah merupakan salah satu solusi untuk mengurangi kekecewaan wisatawan yang berkunjung. Pemberian souvenir juga dapat mengurangi kekecewaan wisatawan, selain itu juga memberi keuntungan bagi agrowisata karena souvenir dapat menjadi media promosi agrowisata.

Pengaruh Mutu Program Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan

Manfaat yang dirasakan oleh wisatawan setelah mengikuti program wisata di agrowisata ini antara lain, wisatawan dapat mengetahui jenis – jenis tanaman buah unggul, masa panen buah, asal tanaman buah, cara membudidayakan buah, selain

itu dapat menghilangkan kepenatan dan menenangkan hati karena lokasi agrowisata memiliki pemandangan yang indah serta udara yang sejuk. Program wisata yang menarik bagi wisatawan adalah *program fruit paradise* karena wisatawan dapat memetik buah dari pohonnya secara langsung dan program bazaar buah karena wisatawan dapat membeli buah berkualitas hasil panen agrowisata ini dengan harga yang lebih murah.

Wisatawan senang berkunjung ke agrowisata ini karena bisa memperlihatkan kepada anak – anak mereka darimana asal buah – buahan yang anak – anak mereka makan. Alasan lain yang mereka ungkapkan antara lain mereka dapat berbelanja buah – buah berkualitas, banyak fasilitas pendukung, pelayanan maksimal, dapat keliling kebun buah dan berlama-lama di wahana permainan, terlebih karena pemandangan bagus, wisatawan dapat melihat kebun buah yang luas, tertata rapi dan melihat tanaman yang tumbuh subur. Wisatawan merasa nyaman karena lingkungan agrowisata memiliki udara yang sejuk, tidak seperti di lingkungan perkotaan.

Pengaruh Mutu Layanan Agrowisata Terhadap Kepuasan Pelanggan

Wisatawan paling menyukai layanan dari pemandu wisata yang memberi penjelasan tentang agrowisata. Wisatawan mengharapkan bahwa pemandu wisata menguasai *product knowledge* di agrowisata ini. Pemandu hendaknya tidak hanya menjelaskan namun juga memberi kesempatan bagi wisatawan untuk bertanya. Senyum dan suasana yang santai sangat dibutuhkan ketika melayani wisatawan sehingga pemandu diharapkan lebih ramah dan humoris. Selain menjelaskan tentang agrowisata, wisatawan menginginkan pemandu menceritakan tentang sejarah terbentuknya agrowisata ini. Melalui Tabel 17. berikut ini, dapat diketahui informasi apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Tabel 17.**Informasi yang Dibutuhkan Wisatawan**

No	Informasi Yang Dibutuhkan Wisatawan
1	Sejarah berdirinya agrowisata
2	Program wisata dan harga paket wisata
3	Nama buah dan darimana asalnya

No	Informasi Yang Dibutuhkan Wisatawan
4	Masa panen buah
5	Budidaya tanaman yang baik dan benar
6	Pupuk yang digunakan
7	Info bibit, perawatan dan harga
8	Fasilitas agrowisata
9	Letak suatu tempat di agrowisata/ denah lokasi wisata
10	Jenis – jenis tanaman buah
11	Buah apalagi yg akan dikembangkan di sini

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Wisatawan merasa perjalanan berkeliling kebun terlalu singkat. Oleh karena itu, beberapa informasi pada Tabel 17. dapat disampaikan saat berkeliling kebun wisata, sehingga waktu perjalanan keliling kebun tidak terasa terlalu singkat dan wisatawan dapat lebih lama mengamati kebun buah serta mendapatkan pengetahuan yang lebih banyak.

Wisatawan mengharapkan agrowisata yang buahnya tersedia setiap saat, sehingga mereka dapat memetik buah langsung dari pohonnya. Selain itu mereka mengharapkan varietas buah yang ditanam lebih banyak lagi. Berdasar pertanyaan terbuka kebanyakan wisatawan menginginkan adanya edukasi dan permainan dalam paket wisata yang ditawarkan sehingga anak – anak mereka dapat bermain sambil belajar. Agrowisata juga diharapkan dapat menjadi wahana rumah pertanian modern yang harganya terjangkau bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Pada Tabel 18. berikut ini dapat dilihat asumsi wisatawan mengenai tempat wisata yang baik.

Tabel 18.

Asumsi Wisatawan Mengenai Tempat Wisata Yang Baik

No	Asumsi Wisatawan Mengenai Tempat Wisata Yang Baik
1	Menambah pengetahuan dan pendidikan bagi anak - anak kita, generasi penerus bangsa
2	Fasilitas dan program wisata benar – benar dapat dilaksanakan
3	Bersih, nyaman, tata letak bagus, udara sejuk, pemandangan indah
4	Sarana dan prasarana lengkap dan komprehensif
5	Memberi pelayanan maksimal dan pengalaman baru bagi pengunjungnya

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Agrowisata ini hendaknya meningkatkan potensi karyawan karena berdasarkan angket nilai tertinggi dari kepuasan pelanggan ditunjukkan melalui layanan pemandu wisata. Faktor manusia memegang peranan sekitar 70%. Dalam hal ini, pelayanan dari pemandu wisata, penjual tiket, petugas parkir, kasir resto, pelayan resto, dan seluruh karyawan agrowisata memegang peranan penting untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Karyawan hendaknya lebih menguasai *product knowledge*, lebih ramah dan lebih tanggap dalam melayani wisatawan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Positif Words of Mouth

Wisatawan merasa senang karena pelayanan yang baik di agrowisata ini. Wisatawan merasa buah – buahan di agrowisata ini enak rasanya, berbeda dari buah – buahan yang mereka temui dipasaran, terutama untuk buah Durian Monthong yang dibudidayakan di agrowisata ini. Pemandangan yang indah, udara yang sejuk, penataan kebun buah yang baik, pemandu yang cantik memanjakan mata wisatawan yang berkunjung di agrowisata ini. Wisatawan dapat sejenak melepas kepenatan dari hituk pikuk suasana perkotaan. Wisatawan juga tidak pernah mendapatkan penjelasan yang keliru mengenai agrowisata. Mereka jarang komplain mengenai layanan agrowisata, yang mereka komplain adalah ketersediaan buah di kebun buah.

Pengelola agrowisata telah berusaha untuk mengatasi masalah ini dengan menyediakan buah tersebut di *Plantera Resto & Shop* sehingga diharapkan wisatawan tetap dapat mengkonsumsi atau menikmati berbagai jenis buah yang di tanam di agrowisata. Buah – buahan yang dijual merupakan buah – buahan hasil panen kebun produksi sehingga buah – buahan ini memiliki kualitas yang sama dengan buah – buahan yang di tanam di areal kebun wisata. Selain dari kebun produksi, *Plantera Fruit Paradise* memperoleh pasokan buah dari supplier buah yang telah dikenal oleh perusahaan seperti Hortimart Agro Center dan petani buah binaan Yayasan Obor Tani. Pengadaan buah-buahan yang berasal dari luar kebun perusahaan melalui pengawasan standar yang ketat

untuk menjaga image kualitas prima yang telah diciptakan sebelumnya.

Wisatawan mengaku mendapat pengalaman yang baru ketika berkunjung ke agrowisata ini. Wisatawan dapat mengenal berbagai macam jenis buah unggulan, manfaat buah – buah tersebut dan dapat merasakan buah yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya. Bahkan ada wisatawan yang menyebutkan bahwa agrowisata ini langka di Indonesia.

Hal – hal yang sering di puji wisatawan dari agrowisata ini adalah rasa dan kualitas buah – buahan yang ditanam di agrowisata. Selain itu wisatawan juga memuji keramahan pegawai dan kecepatan layanannya. Lokasi yang tertata dengan baik, adanya fasilitas permainan dan pemandangan yang indah juga mendapatkan pujian. Wisatawan juga memuji ide idealisme agroindustri buah di Indonesia dan keberanian pengelola memilih buah sebagai komoditas usaha. Wisatawan bersedia merekomendasikan agrowisata dan mengajak teman, keluarga, saudara, dan kerabat mereka untuk berkunjung ke agrowisata ini.

KESIMPULAN

Hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa secara empiris keberagaman program wisata, mutu program wisata, mutu pelayanan agrowisata, dan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap positif *words of mouth*. Mutu pelayanan agrowisata memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 0,642 dan mutu program wisata juga berpengaruh secara positif dan signifikan yaitu sebesar 0,213 sedangkan keberagaman program wisata memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 0,188. Berdasarkan penelitian ini juga terlihat bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terciptanya positif *word of mouth* yaitu sebesar 0,662 sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang puas akan meningkatkan penyebaran positif *words of mouth*. Oleh karena itu pengelola Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise harus meningkatkan mutu pelayanan agar wisatawan semakin puas sehingga positif *words of mouth* dapat tercipta.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa mutu pelayanan memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkunjung di Agrowisata Kebun Buah Plantera Fruit Paradise. Wisatawan merasa puas dengan penjelasan yang diberikan oleh pemandu wisata. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya yang dapat meningkatkan kualitas pemandu wisata antara lain :

- Melatih pemandu agar lebih komunikatif
Pemandu diharapkan melontarkan pertanyaan sederhana kepada wisatawan, sebagai contoh : “apakah bapak dan ibu ada yang menanam pohon buah di rumah? pupuk apa yang bapak/ ibu gunakan?” Pertanyaan ini akan merangsang minat wisatawan untuk berkonsultasi mengenai tanaman yang mereka tanam, kemudian kita dapat mengarahkan wisatawan untuk membeli pupuk yang kita jual. Dengan adanya komunikasi, wisatawan bukan hanya mendengar informasi yang disampaikan namun wisatawan dapat terlibat secara langsung dalam penyampaian informasi tersebut.
- Pemandu dilatih untuk lebih humoris
Pemandu dapat menyelipkan humor ringan di sela perjalanan keliling kebun, sebagai contoh : “apakah bapak dan ibu pernah mencicipi lengkeng itoh di kebun kami sebelumnya? Jika belum pernah, perlu diketahui bahwa rasa lengkeng itoh yang kami tanam sangat manis, semanis senyum bapak dan ibu saat ini.” Obrolan santai dan penuh humor dapat menghilangkan ketegangan wisatawan yang berkunjung. Suasana yang rileks dan nyaman akan memanjakan wisatawan sehingga mereka menikmati perjalanan keliling kebun.
- Membuat modul “product knowledge” agrowisata
Dengan adanya modul ini diharapkan pemandu dapat memberikan informasi secara lengkap dan pemandu dapat lebih runtun dalam menyampaikan informasi. Isi modul tersebut antara lain :
 - Sejarah singkat berdirinya agrowisata
 - Nama lokasi tanaman buah
 - Asal tanaman buah
 - Jumlah tanaman buah
 - Luas area tanaman buah
 - Usia tanaman buah
 - Hasil produksi tanaman buah
 - Masa panen tanaman buah

- Budidaya tanaman secara singkat
- Pupuk yang digunakan
- Menambah loudspeaker dibagian belakang mobil wisata agar wisatawan yang duduk di belakang dapat mendengar informasi dengan jelas.

Pemandu wisata selama ini duduk didepan menghadap jalan sambil menjelaskan tentang agrowisata. Hal ini menyebabkan suara pemandu tidak terlalu jelas di dengar terutama oleh wisatawan yang duduk di bagian belakang mobil wisata. Dengan menambah loudspeaker diharap suara pemandu dapat lebih jelas terdengar.

- Melakukan variasi pada mobil wisata sehingga pemandu wisata dapat bertatap muka dengan wisatawan saat memberikan penjelasan.

Kontak mata dengan wisatawan dapat menarik perhatian wisatawan. Wisatawan akan merasa lebih nyaman karena dapat bertatap muka dengan pemandu.

Selain melalui penjelasan pemandu wisata, wisatawan merasa puas dengan kecepatan layanan di agrowisata. Beberapa hal harus dilakukan untuk meningkatkan kecepatan layanan tersebut yaitu :

1. Menempatkan customer service dan petugas pemberi kelengkapan paket wisata di plantera hall

Peran customer service adalah menjelaskan program wisata yang ada di agrowisata sehingga wisatawan dapat memilih program wisata dengan lebih cepat. Kasir hanya melayani pembelian tiket kemudian petugas pemberi kelengkapan paket wisata menyerahkan air minum atau souvenir kepada wisatawan.

2. Membuat jadwal bagi pengendara mobil wisata.

Adanya jadwal bagi pengendara maka mobil wisata selalu siap sedia mengantar wisatawan keliling kebun dan wisatawan tidak perlu menunggu lama untuk berkeliling kebun wisata.

3. Menempatkan *office boy* di plantera resto 'n shop.

Office boy bertugas untuk membantu wisatawan membawa barang belanjaan dan mengantar ke kendaraan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan ketanggapan karyawan.

Wisatawan menginginkan agar agrowisata menjadi tempat wisata yang baik yaitu agrowisata diharapkan memiliki sarana dan prasarana yang

komprehensif selain itu juga memberikan fasilitas sesuai dengan penawaran yang diberikan. Agrowisata diharapkan dapat memberi manfaat, pengetahuan atau edukasi bagi anak – anak. Berikut ini adalah upaya yang dapat dilakukan untuk memenuhi permintaan wisatawan :

1. Menjaga kebersihan dan kelayakan fasilitas umum seperti kamar mandi dan mushola.
2. Menjaga ketersediaan buah dengan :
 - Membuat program masa panen buah tiap bulan di kebun produksi agar buah terus tersedia.
 - Membentuk petani plasma.

Bekerja sama dengan petani daerah untuk menanam buah yang memiliki kualitas sama seperti buah agrowisata. Bibit berasal dari agrowisata kemudian petani di bimbing untuk membudidayakan buah seperti yang dilakukan di agrowisata. Jika terjadi masalah dalam membudidayakan tanaman buah, petani diperkenankan berkonsultasi dengan pihak agrowisata kemudian hasil panen yang memenuhi kriteria di beli ke agrowisata dengan harga yang telah ditetapkan oleh agrowisata dan disepakati oleh kedua pihak

3. Membuat program wisata yang bermanfaat untuk anak – anak seperti :

- Belajar pembibitan tanaman seperti okulasi dan cangkok

Anak – anak di ajak ke kebun pembibitan kemudian anak – anak di beri peragaan mengenai cara pembibitan dan diperkenankan untuk mencoba melakukan pembibitan tanaman. Tanaman hasil pembibitan anak – anak dapat dibawa pulang ke rumah.

- Belajar menanam sayur – sayuran atau tanaman semusim

Anak – anak diberi simulasi mengenai tahapan menanam sayur atau buah – buahan. Simulasi diberikan melalui gambar dalam presentasi kemudian melakukan praktek secara langsung.

- Program outbound bagi anak – anak

Program ini berisi permainan yang dapat meningkatkan rasa percaya diri anak juga meningkatkan kerjasama anak dalam tim. Selain itu program outbound dirancang meningkatkan semangat anak.

- Program outbound dengan menginap di camping ground

Adanya camping ground dapat melatih keberanian anak – anak dan dapat meningkatkan semangat untuk bertahan hidup di alam bebas.

4. Memasang poster berbahan dasar MMT di setiap terminal buah yang berisi :

- Asal tanaman buah
- Kingdom plant
- Fisiologi tanaman buah
- Cara budidaya tanaman secara singkat (9 pokok budidaya)
- Manfaat dari buah – buah yang dibudidayakan di agrowisata.

Adanya poster – poster ini akan meningkatkan pengetahuan wisatawan mengenai buah yang dibudidayakan di agrowisata ini.

5. Melengkapi fasilitas di agrowisata merupakan keinginan wisatawan. Fasilitas yang mereka inginkan antara lain :

- Pemberian souvenir atau pemberian sampel buah.
- Adanya kamar mandi di tengah kebun buah
- Melengkapi barang kenang – kenangan yang di jual di toko souvenir
- Menyediakan payung di setiap terminal buah

6. Wisatawan menginginkan adanya kolam renang dan permainan air bagi anak – anak mereka seperti :

- Water ball



- Kano



- Hand Boat/ Aqua Paddler Boat



REFERENSI

A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry, (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol. 64 (Musim Semi 1988), hlm. 12-36

Babin, J. Barry.*et al.*, (2005).”Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea”, *The Journal of Services Marketing*, Vol. 9, No.3, p.133-139.

Brown, *et al.*, (2005). ”Spreading The Words : Investigating Antecedents of Customer’s Positive Word of Mouth Intention And Behavior in Retailing Context”, *Academy of Marketing Science Journals*, Vol.33, no 2, p.123-138.

Butnaru, Gina Ionela.(2009). “The Quality Of Services In Tourism And In The Romanian Accommodation System”. *Alexandru Ioan Cuza University of Iasi*

Cengiz dan Yayla.(2007). “ The Effect of Marketing Mix on Possitive Word of Mouth Communication : Evidence from accounting Offices in Turkey”. *Journal of Innovative Marketing*, Vol 3. No. 4, p. 73-82.

Chen, Chiang-Ming., Yeh, Chia-Yu., dan Hu, Jin-Li.(2011). “Influence of uncertain demand on product variety: evidence from the international tourist hotel industry in Taiwan”.*Tourism Economics*, 17 (6), 1275–1285

David A. Garvin.(1998).”Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge”. New York: The Free Press.

Dirgantara, I Made Bayu. (2006). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol 15 No.2

Engel, James. F. dan Roger. B.D. (1995). “Perilaku Konsumen, Edisi Keenam, Alih Bahasa Drs. Budijanto”. Binarupa Aksara, Jakarta.

Ghozali, I. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hawkins, Del I., David L. Mothersbaugh, and Roger J. Best. (2007). *“Consumer Behavior Building Market Strategy, Tenth Edition”*. The McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- Irawan, Handi. (2002). *“10 Prinsip Kepuasan Pelanggan”*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2001). *“Manajemen Pemasaran. Edisi II”*. Jakarta : PT. indeks
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. (2005). *“Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Bahasa Indonesia”*. PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *“Manajemen Pemasaran Jasa”*. Edisi XI. Jakarta: Salemba Empat
- Masarrat, Ghazal. (2012). *“Tourist’s Satisfaction towards Tourism Products and Market: A Case Study of Uttaranchal”*. International Journal of Business & Information Technology Vol-2 No. 1 March.
- Meirovich, Gavriel & Bahnan, Nisreen. (2011). *“Product/Service Quality And Emotional Aspect Of Customer Satisfaction”*
- Smith, Stephen L.J.(1994). *“The Tourism Product”*. Annals of Tourism Research, Vol. 21, No. 3, pp. 582-595
- Sofjan, Assuari. (2002). *“Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi”*. Rajawali Pres. Jakarta.
- Sugiyono.(1999).”*Metode Penelitian Bisnis”*. Alfabeta Bandung.
- Sunarto, SE., MM. (2006). *“Perilaku konsumen”*. Amus Yogyakarta dan Aditya Media Yogyakarta hal 241
- Wu, Lifang. (2007). *“Toward Understanding of the Product Variety Decision: An Integrative Model. International Journal of Management”*. Vol 24. No. 3, pg. 499
- Zeithaml, V.A. and M. J. Bitner. (1996). *“Service Marketing”* (international ed), Singapore The McGraw-Hills companies, Inc