

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG DAN FAKTOR FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP AGRO EDUKASI
WISATA RAGUNAN KOTA JAKARTA SELATAN**

(Analysis of Visitor Satisfaction and Factors Affecting Visitor Satisfaction at Ragunan Agro-Educational Tourism, South Jakarta)

ADELIYA DWI IRDHANA[^], SUHAENI, IMAS WILDAN RAFIQAH

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS
Ronggo Waluyo, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361, Indonesia

Email: [^]adeliyairdhana12@gmail.com

Manuskrip diterima: 07 Juli 2026, Revisi diterima: 08 Oktober 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan Kualitas Pelayanan, Produk, Kesesuaian Harga, Kemudahan, dan Faktor Emosional dengan Kepuasan Pengunjung serta mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan di Agro Edukasi Wisata Ragunan. Penelitian menggunakan survei terhadap 100 responden dengan accidental sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil regresi menunjukkan bahwa kelima variabel independen memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Kepuasan Pengunjung secara parsial maupun simultan dalam model yang dianalisis. Koefisien tidak terstandar Produk merupakan yang terbesar, yaitu 1,039, tetapi nilai tersebut tidak digunakan sebagai dasar penetapan dominansi antarvariabel. Hasil IPA menunjukkan bahwa atribut P2, yaitu kenyamanan dan rasa aman, serta P3, yaitu kesiapan dan ketanggapan petugas, berada pada Kuadran I sebagai prioritas utama. Atribut P10–P15 berada pada Kuadran II dan perlu dipertahankan, sedangkan P1, P4, P7–P9 berada pada Kuadran III dan P5–P6 berada pada Kuadran IV. Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi perbaikan difokuskan pada pengelolaan kepadatan pengunjung, penerapan SOP keselamatan ramah anak, peningkatan kompetensi petugas, dan penetapan indikator kinerja pelayanan.

Kata Kunci: Kepuasan Pengunjung; Kualitas Pelayanan; Importance Performance Analysis (IPA)

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between Service Quality, Product Quality, Price Suitability, Convenience, and Emotional Factors with Visitor Satisfaction, as well as identify service attributes that require prioritized improvement at Agro Edukasi Wisata Ragunan. A survey was conducted with 100 respondents selected through accidental sampling. Data were analyzed using multiple linear regression and Importance Performance Analysis (IPA). Regression results indicate that all five independent variables have a positive and significant relationship with Visitor Satisfaction, both partially and simultaneously within the analyzed model. The unstandardized coefficient for Product Quality was the highest at 1.039, though this value was not used as the basis for determining dominance among variables. IPA results place attributes P2 (comfort and feeling of security) and P3 (staff readiness and responsiveness) in Quadrant I as top priorities. Attributes P10–P15 fall into Quadrant II and should be maintained, while P1, P4, P7–P9 sit in Quadrant III, and P5–P6 in Quadrant IV. Based on these findings, improvement recommendations focus on managing visitor density, implementing child-friendly safety SOPs, enhancing staff competence, and establishing service performance indicators.

Keywords: Visitor Satisfaction; Service Quality; Importance Performance Analysis (IPA).



PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia lewat penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, dan pengembangan berbagai sektor pendukung. Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang strategis berkontribusi terhadap tumbuhnya ekonomi di Indonesia dalam menciptakan lapangan pekerjaan, pendapatan daerah, dan berbagai sektor pendukung lainnya. Namun, perkembangan sektor ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti ketimpangan infrastruktur antarwilayah, tekanan terhadap lingkungan, serta meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada destinasi tertentu yang berpotensi menimbulkan *overtourism*. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan destinasi wisata saat ini tidak lagi hanya diukur berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari kemampuan destinasi dalam memberikan pengalaman wisata yang berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan pengunjung (Audi et al., 2025; Ardani et al., 2019)

Kepuasan pengunjung merupakan hasil evaluasi wisatawan terhadap pengalaman yang diperoleh selama melakukan aktivitas wisata, yang dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, aksesibilitas, kenyamanan lingkungan, serta daya tarik destinasi. Tingkat kepuasan yang tinggi berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pengunjung, mendorong niat berkunjung kembali, serta meningkatkan rekomendasi destinasi kepada wisatawan lain O. Meskipun demikian, pengembangan destinasi wisata di Indonesia masih cenderung berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan dibandingkan peningkatan kualitas pengalaman wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya evaluasi terhadap tingkat kepuasan pengunjung sebagai dasar dalam mewujudkan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan.

Sejalan dengan perkembangan pariwisata global, preferensi wisatawan juga mengalami perubahan dari wisata massal menuju bentuk wisata yang lebih berorientasi pada keberlanjutan, edukasi, dan pengalaman langsung (*experiential tourism*). Wisata berkelanjutan menjadi salah satu pendekatan yang semakin berkembang karena mampu mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang (Fasa et al., 2022). Salah satu bentuk pengimplementasian dari konsep tersebut adalah agroedukasi wisata, yaitu destinasi yang mengombinasikan aktivitas pertanian, pendidikan, dan rekreasi sehingga memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung mengenai budidaya tanaman, konservasi lingkungan, hingga praktik pertanian berkelanjutan (Andini, 2024; Fitriani et al., 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa integrasi unsur pertanian dan edukasi mampu meningkatkan nilai tambah destinasi sekaligus memperkuat keberlanjutan kegiatan pariwisata.

Di Indonesia, pengembangan wisata berbasis edukasi mengalami kenaikan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata berbasis pengalaman (Djuwendah et al., 2023; Loziska et al., 2024). Badan Pusat Statistik mencatat bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara mencapai sekitar 94,36 juta perjalanan pada September 2025 (Badan Pusat Statistik, 2025). Data tersebut digunakan sebagai gambaran mengenai tingginya aktivitas perjalanan wisatawan di Indonesia yang menjadi salah satu potensi dalam pengembangan berbagai jenis destinasi wisata, termasuk wisata berbasis edukasi dan agroeduwisata. Sementara itu, berdasarkan data historis Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2026), jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi DKI Jakarta sepanjang tahun 2024 menunjukkan tren yang cenderung meningkat meskipun mengalami fluktuasi pada beberapa bulan tertentu. Data tahun 2024 tersebut digunakan untuk

memberikan gambaran mengenai kondisi aktivitas pariwisata di DKI Jakarta sebelum penelitian dilaksanakan pada Februari–Mei 2026. Jakarta Selatan menjadi wilayah dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi dibandingkan wilayah lainnya, yang menunjukkan tingginya aktivitas wisata di kawasan tersebut. Namun demikian, tingginya jumlah kunjungan belum tentu mencerminkan kualitas pengalaman yang diperoleh pengunjung sehingga diperlukan kajian mengenai tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan dan fasilitas yang tersedia.

Salah satu destinasi yang mengembangkan konsep wisata edukasi berbasis pertanian di kawasan perkotaan adalah Agro Edukasi Wisata Ragunan, Jakarta Selatan. Destinasi ini mengintegrasikan fungsi edukasi, rekreasi, dan pertanian melalui berbagai aktivitas seperti penanaman, panen, pengenalan teknologi hidroponik, serta *greenhouse* yang dapat diikuti oleh masyarakat maupun rombongan sekolah (Badan Pusat Statistik, 2025). Berdasarkan Laporan Inilah Jogja (2025), jumlah kunjungan pengunjung mengalami fluktuasi sepanjang tahun dengan peningkatan yang cukup signifikan pada periode tertentu, terutama menjelang akhir tahun. Pola tersebut menunjukkan bahwa Agro Edukasi Wisata Ragunan memiliki daya tarik yang cukup besar sebagai destinasi wisata edukatif. Akan tetapi, peningkatan jumlah pengunjung belum diikuti dengan evaluasi yang komprehensif mengenai tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga, kemudahan akses, maupun pengalaman edukasi yang diterima selama berkunjung.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji kepuasan konsumen pada sektor jasa, termasuk perhotelan, restoran, maupun destinasi wisata. Mufida et al., (2025) melaporkan bahwa fasilitas, citra destinasi, dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto. (Rahmawati et al., 2025) juga menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan

memiliki hubungan erat dengan niat berkunjung kembali. Sementara itu, penelitian (Salsabila et al., 2024) pada Agrowisata Cilangkap menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengevaluasi kepuasan konsumen berdasarkan atribut layanan yang tersedia. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh faktor yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan karakteristik destinasi wisata.

Meskipun demikian, penelitian mengenai kepuasan pengunjung pada destinasi agro edukasi di kawasan perkotaan masih relatif terbatas, khususnya yang mengombinasikan analisis tingkat kepuasan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan analisis berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan menggunakan regresi linier berganda. Selain itu, Agro Edukasi Wisata Ragunan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan objek penelitian sebelumnya karena mengintegrasikan fungsi pertanian, edukasi, dan rekreasi dalam satu kawasan perkotaan. Karakteristik tersebut memungkinkan adanya perbedaan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung dibandingkan destinasi wisata lainnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kemudahan, harga, dan faktor emosional secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan, faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengunjung, serta atribut yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan analisis regresi linier berganda dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis kepuasan pengunjung pada destinasi agroeduwisata di kawasan perkotaan. Penelitian ini juga secara khusus mengkaji Agro Edukasi Wisata Ragunan, Jakarta Selatan, yang memiliki karakteristik

sebagai destinasi urban farming yang mengintegrasikan fungsi pertanian, edukasi, dan rekreasi. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan lima variabel, yaitu kualitas pelayanan, produk, kesesuaian harga, kemudahan, dan faktor emosional, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung serta atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kemudahan, harga, dan faktor emosional terhadap kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) setiap atribut layanan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), sehingga dapat diidentifikasi atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan pengelolaan Agro Edukasi Wisata Ragunan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis tingkat kepuasan serta faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan, Jakarta Selatan. Penelitian dilaksanakan pada Februari–Mei 2026 di Agro Edukasi Wisata Ragunan, yang dipilih secara sengaja (*purposive*) karena merupakan destinasi wisata edukasi berbasis pertanian perkotaan yang mengintegrasikan fungsi edukasi, rekreasi, dan pertanian.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung yang telah menyelesaikan aktivitas wisata, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan pengelola Agro Edukasi Wisata Ragunan, publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), serta

berbagai literatur yang relevan dengan pariwisata, agro edukasi, dan kepuasan pengunjung.

Populasi penelitian ialah total pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan pengunjung yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, yaitu berusia minimal 17 tahun serta telah mengikuti kegiatan wisata. Teknik *accidental sampling* dipilih karena jumlah populasi pengunjung tidak diketahui secara pasti, pengunjung datang secara silih berganti, dan tidak tersedia daftar populasi (*sampling frame*) yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan sampel. Penggunaan teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh responden secara langsung di lokasi penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Untuk mengurangi potensi bias dalam penggunaan *accidental sampling*, pemilihan responden dilakukan dengan memperhatikan kriteria penelitian dan responden ditemui setelah menyelesaikan aktivitas wisata sehingga telah memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian terhadap objek yang diteliti. Pengambilan data dilakukan selama periode penelitian Februari–Mei 2026 dengan menyesuaikan waktu kunjungan pengunjung. Agro Edukasi Wisata Ragunan beroperasi setiap hari Senin sampai Minggu pukul 07.30–16.00 WIB dan khusus hari Jumat hingga pukul 16.30 WIB. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh kebutuhan minimal sebanyak 96 responden, kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert lima tingkat.

Variabel independen yang dianalisis meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan, dan faktor emosional, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pengunjung. Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan

valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap setiap variabel penelitian. Selanjutnya, *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) dari setiap atribut layanan, sekaligus mengidentifikasi atribut yang menjadi prioritas perbaikan melalui diagram kartesius (Anggraeni et al., 2015).

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : variabel terikat (kinerja)

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Produk

X3 : Harga tiket

X4 : Kemudahan

X5 : Emosional

a : nilai konstanta

b1 : nilai koefisien regresi X1

b2: nilai koefisien regresi X2

e : standar error

Sebelum analisis regresi dilakukan, model terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas,

multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial setiap variabel independen terhadap kepuasan pengunjung, uji F untuk menguji pengaruh simultan seluruh variabel independen, serta koefisien determinasi ((R^2)) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pengunjung. Seluruh pengujian statistik dilakukan pada taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini memaparkan profil responden, gambaran data secara deskriptif, serta hasil pengujian model. Penjelasan difokuskan pada bagaimana variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan, dan faktor emosional memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Setiap temuan yang diperoleh kemudian dianalisis lebih lanjut dengan mengaitkannya pada teori yang relevan serta hasil-hasil penelitian sebelumnya.

Karakteristik Responden

Identifikasi profil responden pada riset ini mencakup enam kriteria utama, meliputi jenis kelamin, rentang usia, latar belakang pendidikan, status pernikahan, profesi, hingga wilayah domisili. Sebanyak 100 responden berpartisipasi dalam penelitian. Pada variabel usia terdapat 98 data yang dapat diolah, sedangkan dua responden tidak memberikan data usia sehingga persentase usia dihitung berdasarkan 98 data valid Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase(%)
Jenis Kelamin	Wanita	72	72,0
	Pria	28	28,0
Usia	17–25 tahun	27	27,6
	26–35 tahun	54	55,1
	36–45 tahun	11	11,2
	46–55 tahun	6	6,1
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	2	2,0
	SMA/Sederajat	42	42,0

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase(%)
Status Pernikahan	Perguruan Tinggi/Sederajat	56	56,0
	Belum Menikah	39	39,0
	Sudah Menikah	61	61,0
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	26	26,0
	PNS	6	6,0
	Karyawan Swasta	46	46,0
	Wiraswasta	9	9,0
	Purnawaktu	1	1,0
	Lainnya	12	12,0
Domisili	Jakarta	78	78,0
	Luar Jakarta	22	22,0

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Merujuk pada data pada Tabel 1, mayoritas subjek penelitian merupakan kelompok perempuan dengan jumlah 72 responden atau setara dengan 72,0%. Berdasarkan data usia yang valid, Pemetaan usia menunjukkan proporsi terbanyak berada pada rentang 26–35 tahun (54 responden; 55,1%), lalu berturut-turut diikuti kelompok 17–25 tahun (27 responden; 27,6%), 36–45 tahun (11 responden; 11,2%), dan 46–55 tahun (6 responden; 6,1%). Ditinjau dari kualifikasi akademik, responden berlatar belakang lulusan perguruan tinggi atau sederajat mencatatkan jumlah tertinggi, yakni 56 orang (56,0%). Berdasarkan status pernikahan, sebanyak 61 responden (61,0%) telah menikah. Pekerjaan responden didominasi oleh karyawan swasta sebanyak 46 orang (46,0%), sedangkan berdasarkan domisili, sebanyak 78 responden (78,0%) berasal dari Jakarta.

Distribusi ini mengindikasikan bahwa subjek riset secara dominan terdiri atas kelompok usia produktif serta warga yang bertempat tinggal di Jakarta. Gambaran demografis tersebut mencerminkan karakteristik responden yang menjadi pembanding dalam mengevaluasi persepsi pelayanan, mutu produk, skema harga, tingkat kemudahan, hingga respons emosional di Agro Edukasi Wisata Ragunan (Astuti & Yuliawati 2018). Karakteristik responden tersebut perlu dipahami sebagai gambaran sampel penelitian dan tidak digunakan untuk melakukan generalisasi terhadap seluruh populasi pengunjung. Hasil ini memperkuat argumen Lindya et al., (2026) yang mengemukakan bahwa daya tarik wisata

berkonsep edukasi terus meningkat seiring nilainya dalam menyajikan pengalaman yang lebih berkesan bagi pengunjung.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi responden pada kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan, dan faktor emosional sebagai variabel yang diduga memengaruhi kepuasan pengunjung.

Tabel 2. Tabel Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	3,00	15,00	9,17	3,71
Produk	100	3,00	15,00	8,50	3,76
Harga	100	3,00	15,00	9,73	3,57
Kemudahan	100	3,00	15,00	9,53	3,91
Emosional	100	3,00	15,00	9,21	3,80
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Merujuk pada penyajian data pada Tabel 2, perolehan statistik deskriptif mengindikasikan nilai rerata variabel bebas yang bergerak antara 8,50 sampai 9,73, di mana sebaran batas skor minimum dan maksimum masing-masing tercatat sebesar 3,00 dan 15,00. Variabel Harga memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 9,7300 dengan standar deviasi 3,57560, diikuti Kemudahan sebesar 9,5300, Emosional sebesar 9,2100, Kualitas Pelayanan sebesar 9,1700, dan

Produk sebesar 8,5000. Kecenderungan nilai deskriptif ini mencerminkan apresiasi yang cukup baik dari responden terhadap tiap atribut yang disajikan oleh Agro Edukasi Wisata Ragunan.

Tingginya penilaian pada variabel harga dan kemudahan mengindikasikan bahwa biaya, akses, informasi, serta fasilitas yang tersedia telah memenuhi harapan pengunjung. Penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, dan faktor emosional juga menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang diberikan mampu menciptakan kepuasan (Shajedul & Abdul, 2022). Kondisi ini sejalan dengan Putro, (2014) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk ketika kinerja produk atau jasa mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Uji Validitas

Evaluasi validitas instrumen menerapkan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan mengomparasikan nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} (0,1966; $N = 100$). Prosedur ini ditujukan untuk menguji keabsahan tiap butir instrumen pada variabel Kepuasan Pengunjung. Kriteria kevalidan dipenuhi jika nilai r_{hitung} melampaui r_{tabel} disertai tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Validitas

Item Y	r hitung	r tabel	Sig.	Keputusan
P1	0,22	0,19	0,027	Valid
P2	0,11	0,19	0,254	Tidak valid
P3	0,32	0,19	<0,001	Valid
P4	0,28	0,19	0,004	Valid
P5	0,31	0,19	0,001	Valid
P6	0,11	0,19	0,277	Tidak valid
P7	0,30	0,19	0,002	Valid
P8	0,25	0,19	0,011	Valid
P9	0,24	0,19	0,016	Valid
P10	0,26	0,19	0,009	Valid
P11	0,27	0,19	0,006	Valid
P12	0,25	0,19	0,011	Valid
P13	0,18	0,19	0,073	Tidak valid
P14	0,18	0,19	0,071	Tidak valid
P15	0,20	0,19	0,043	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan hasil evaluasi validitas pada variabel Kepuasan Pengunjung, diperoleh kisaran nilai r_{hitung} antara 0,110 sampai 0,328. Komparasi terhadap ambang batas r_{tabel} (0,1966) mengonfirmasi bahwa 11 indikator terbukti valid, sedangkan 4 butir lainnya teridentifikasi tidak valid. Butir yang gugur mencakup P2 (0,115), P6 (0,110), P13 (0,180), dan P14 (0,181) akibat besaran r_{hitung} yang berada di bawah nilai kritis r_{tabel} serta mencatatkan nilai signifikansi $> 0,05$. Keempat item tersebut selanjutnya dikeluarkan dari model, sehingga analisis tahap berikutnya difokuskan pada 11 indikator valid yang telah memenuhi syarat.

Uji Reabilitas

Uji Pengujian reliabilitas instrumen mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha*, di mana tingkat konsistensi diterima jika mencapai nilai $\geq 0,70$. Berdasarkan analisis data, diperoleh perolehan *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,782 dan Kualitas Produk sebesar 0,745, yang membuktikan bahwa instrumen kedua variabel tersebut telah memenuhi standar reliabilitas.

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	3	0,782
Kualitas Produk	3	0,745
Kesesuaian Harga	3	0,662
Kemudahan	3	0,655
Faktor Emosional	3	0,666
Kepuasan Pelanggan	15	0,814

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Estimasi regresi memperlihatkan bahwa variabel Produk mencatatkan nilai koefisien terbesar, yakni 1,039. Besaran ini mengindikasikan bahwa tiap penambahan satu unit pada variabel Produk diproyeksikan mendorong kenaikan Kepuasan Pengunjung sebesar 1,039 unit, dengan ketentuan variabel independen lainnya berada dalam kondisi konstan. Dibandingkan dengan variabel independen lainnya, nilai koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan Kepuasan Pengunjung yang berkaitan dengan masing-masing variabel. Oleh karena itu, hasil koefisien regresi dapat digunakan untuk

melihat besarnya pengaruh relatif masing-masing variabel terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan Tabel 5, Variabel Kesesuaian Harga (0,662), Kemudahan (0,655), dan Faktor Emosional (0,666) belum berhasil mencapai angka 0,70. Hasil ini menandakan bahwa tidak semua variabel dalam instrumen memenuhi standar konsistensi yang ditetapkan. Evaluasi ulang perlu dilakukan terhadap indikator pada Kesesuaian Harga, Kemudahan, dan Faktor Emosional khususnya berdasarkan hasil uji validitas sebelum analisis data tahap berikutnya dijalankan (Shrestha, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Tahap analisis regresi linier berganda didahului oleh serangkaian uji asumsi klasik yang mencakup pengujian normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Pemeriksaan normalitas residual menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang menghasilkan probabilitas signifikansi sebesar 0,200. Raihan nilai yang melampaui batas kritis 0,05 ini membuktikan bahwa sebaran residual dalam model regresi terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Variabel	Hasil	Keterangan
Normalitas	Residual	Sig. K-S = 0,200	Normal
Multikolinearitas	Kualitas Pelayanan	Tolerance 0,978; VIF 1,022	Tidak terjadi multikolinearitas
	Produk	0,958; 1,043	Tidak terjadi multikolinearitas
	Harga	0,992; 1,008	Tidak terjadi multikolinearitas
	Kemudahan	0,967; 1,034	Tidak terjadi multikolinearitas
	Emosional	0,972; 1,029	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Kualitas Pelayanan	Sig. 0,412	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Produk	Sig. 0,053	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Harga	Sig. 0,184	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Kemudahan	Sig. 0,154	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Emosional	Sig. 0,465	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Evaluasi multikolinearitas dilakukan melalui kriteria nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Luaran analisis mencatatkan nilai *Tolerance* dan VIF untuk Kualitas Pelayanan sebesar 0,978 dan 1,022; Produk sebesar 0,958 dan 1,043; Harga sebesar 0,992 dan 1,008; Kemudahan sebesar 0,967 dan 1,034; serta Emosional sebesar 0,972 dan 1,029. Karena seluruh angka *Tolerance* berada di atas angka 0,10 dan nilai VIF di bawah angka 10, dapat disimpulkan tidak memiliki masalah multikolinearitas antarvariabel bebas. Sementara itu, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan tingkat signifikansi untuk Kualitas Pelayanan (0,412), Produk (0,053), Harga (0,184), Kemudahan (0,154), dan Emosional (0,465). Capaian signifikansi yang melampaui 0,05 tersebut membuktikan bahwa model regresi bebas dari gangguan heteroskedastisitas. Gabungan ketiga evaluasi ini mengonfirmasi terpenuhinya asumsi

normalitas, kebebasan dari multikolinearitas, serta ketiadaan heteroskedastisitas pada model. Hasil ini menjadi dasar untuk melanjutkan analisis regresi, dengan catatan bahwa konsistensi instrumen penelitian tetap perlu diperhatikan berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas (Pranata et al., 2025).

Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pengunjung

Penggunaan metode regresi linier berganda ditujukan untuk mengestimasi besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan, mutu produk, kesesuaian harga, kepraktisan akses, serta persepsi emosional terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Persamaan regresi yang didapatkan ialah sebagai berikut:

$$Y = 0,548 + 0,988X_1 + 1,039X_2 + 0,971X_3 + 0,968X_4 + 0,978X_5$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Pengunjung
X ₁	: Kualitas Pelayanan
X ₂	: Produk
X ₃	: Kesesuaian Harga
X ₄	: Kemudahan
X ₅	: Faktor Emosional

Tanda positif yang tercatat pada seluruh parameter regresi membuktikan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel bebas secara konsisten diikuti oleh peningkatan kepuasan pengunjung. Koefisien Produk (X₂) sebesar 1,039 menunjukkan bahwa, dengan variabel independen lainnya dianggap konstan, peningkatan satu unit skor Produk berkaitan dengan peningkatan sebesar 1,039 unit pada skor Kepuasan Pengunjung. Koefisien ini merupakan nilai numerik terbesar dibandingkan koefisien tidak terstandar variabel lainnya, yaitu Kualitas Pelayanan sebesar 0,988, Kesesuaian Harga sebesar 0,971, Kemudahan sebesar 0,968, dan Faktor Emosional sebesar 0,978.

Perbedaan nilai koefisien tersebut memberikan gambaran mengenai perubahan skor kepuasan yang diprediksi oleh peningkatan satu unit pada masing-masing variabel dalam skala pengukuran yang digunakan (Astiena et al., 2026). Produk memiliki koefisien tidak terstandar paling besar, sedangkan Kemudahan memiliki koefisien paling kecil. Meskipun demikian, perbedaan koefisien tidak terstandar tersebut tidak digunakan untuk menetapkan variabel yang paling dominan karena perbandingan dominansi antarvariabel seharusnya didasarkan pada koefisien terstandar (*Standardized Beta*) atau ukuran efek yang sesuai. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 6. Uji simultan (uji F)

F hitung	Sig.	Keterangan
1365,218	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Keberadaan pengaruh bersama antarvariabel dibuktikan oleh capaian uji *F* dengan statistik $F_{hitung} = 1.365,218$ dan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang <

0,05 ini mengonfirmasi bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Produk, Kesesuaian Harga, Kemudahan, serta Faktor Emosional secara serentak memiliki keterikatan linier yang signifikan dengan Kepuasan Pengunjung dalam model regresi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berkaitan dengan kombinasi beberapa aspek pengalaman wisata, bukan hanya satu aspek layanan. Temuan tersebut sejalan dengan Orlando & Harjati, (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen terbentuk ketika atribut produk dan jasa mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen, serta didukung oleh Nasution et al., (2021) yang menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh faktor fungsional dan emosional. Peningkatan kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan memerlukan pengelolaan yang terintegrasi pada aspek pelayanan, produk wisata, harga, kemudahan, dan pengalaman emosional pengunjung.

Pengujian hipotesis secara parsial (uji *t*) diterapkan untuk mengukur sejauh mana variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, penetapan harga, kemudahan akses, serta persepsi emosional berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan. Rangkuman luaran pengujian tersebut dirangkum dalam Tabel 5.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji *t*)

Variabel	B	d. Error	t	Sig.
(Constant)	0,54	0,43	1,27	0,20
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,98	0,02	48,23	0,00
Kualitas Produk (X ₂)	1,03	0,02	35,85	0,00
Kesesuaian Harga (X ₃)	0,97	0,02	37,62	0,00
Kemudahan (X ₄)	0,96	0,02	35,45	0,00
Faktor Emosional (X ₅)	0,97	0,02	35,62	0,00

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji *t* memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan mencatatkan koefisien sebesar 0,988 (sig. 0,000), produk sebesar 1,039 (sig. 0,000),

kesesuaian harga sebesar 0,971 (sig. 0,000), kemudahan sebesar 0,968 (sig. 0,000), serta faktor emosional sebesar 0,978 (sig. 0,000). Perolehan nilai probabilitas signifikansi yang konsisten di bawah 0,05 serta tanda positif pada seluruh koefisien menegaskan bahwa setiap variabel independen secara individu berpengaruh positif dan signifikan. Hasil ini sejalan dengan nasution et al., (2021) yang menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut berperan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pengunjung memerlukan pengelolaan yang terintegrasi pada seluruh aspek layanan.

Besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi kepuasan pengunjung dianalisis menggunakan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan, kualitas produk, kesesuaian harga, kemudahan, dan faktor emosional dalam menjelaskan perubahan kepuasan pengunjung (Ayunani et al., 2023). Hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 8. Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,986	0,986	0,374

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Koefisien determinasi (R^2) serta *adjusted R²* dalam estimasi regresi mencatatkan nilai sebesar 0,986 (tabel 7). Angka ini menunjukkan bahwa kontribusi gabungan dari variabel kualitas pelayanan, produk, kesesuaian harga, kemudahan, dan faktor emosional sanggup menerangkan 98,6% variasi kepuasan pengunjung, di mana selisih 1,4% dijelaskan oleh faktor eksogen lain. Tingginya perolehan *adjusted R²* tersebut mencerminkan kapasitas penjelasan model yang sangat optimal. Rangkaian uji prasyarat analisis—meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas—telah dipenuhi terlebih dahulu. Hasil uji *kolmogorov-smirnov* untuk normalitas residual menunjukkan nilai signifikansi 0,200. Raihan di atas ambang 0,05 ini menegaskan bahwa distribusi residual dalam model telah memenuhi kriteria normalitas.

Analisis Important Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) diterapkan untuk memetakan atribut-atribut prioritas melalui perbandingan antara tingkat kepentingan dan kinerja aktual menurut penilaian pengunjung. Hasil olah data menentukan titik potong pada diagram Cartesius berada di tingkat rerata kinerja 3,96 dan rerata kepentingan 4,50. Atas dasar ambang batas tersebut, kelima belas indikator penelitian selanjutnya didistribusikan ke dalam empat kuadran utama.

Tabel 9. Kuadran *Importance Performance Analysis*

Kuadran	Atribut
I – Prioritas Utama	P2, P3
II – Pertahankan Prestasi	P10, P11, P12, P13, P14, P15
III – Prioritas Rendah	P1, P4, P7, P8, P9
IV – Berlebihan	P5, P6

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Pemetaan matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) mengidentifikasi karakteristik tiap kuadran sebagai acuan evaluasi. Kuadran I (*Prioritas Utama*) mencakup butir P2 (kenyamanan serta rasa aman lokasi) dan P3 (kesiapan serta ketanggapan personel). Kedua indikator ini mencatatkan ekspektasi kepentingan yang tinggi, namun kinerjanya masih berada di bawah rata-rata. Kesenjangan ini menandakan belum terpenuhinya harapan pengunjung, sehingga alokasi perbaikan layanan wajib difokuskan pada area ini (Xiao et al., 2024). Kuadran II (*Pertahankan Prestasi*) memuat indikator P10, P11, P12, P13, P14, dan P15. Tingginya capaian kinerja dan kepentingan pada kuadran ini menegaskan bahwa kepraktisan akses, kelayakan harga, dan respons emosional telah dinilai optimal serta wajib dipertahankan.

Kuadran III (*Prioritas Rendah*) diisi oleh atribut P1, P4, P7, P8, dan P9 yang mencatatkan skor kinerja maupun kepentingan di bawah titik potong matriks. Pembinaan pada kelompok ini sifatnya sekunder dan bukan menjadi urgensi utama. Sementara itu, Kuadran IV (*Berlebihan*) terdiri atas butir P5 dan P6 yang memiliki kinerja tinggi meski tingkat kepentingannya di bawah rata-rata. (Tirtawati et al., 2023)

Integrasi Hasil Regresi Linear Berganda dan Importance Performance Analysis

Hasil regresi linear berganda dan *Importance Performance Analysis* (IPA) memberikan informasi yang berbeda tetapi saling melengkapi. Regresi digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen pada tingkat konstruk dengan kepuasan pengunjung, sedangkan ipa digunakan untuk mengidentifikasi atribut layanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerjanya masih perlu diperbaiki. Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk, kesesuaian harga, kemudahan, dan faktor emosional memiliki koefisien positif dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien tidak terstandar terbesar terdapat pada produk, yaitu 1,039, diikuti kualitas pelayanan sebesar 0,988, faktor emosional sebesar 0,978, kesesuaian harga sebesar 0,971, dan kemudahan sebesar 0,968. Nilai tersebut menunjukkan arah dan besaran perubahan skor kepuasan pengunjung untuk setiap peningkatan satu unit pada masing-masing prediktor dalam model. Perbandingan tersebut belum dapat digunakan untuk menetapkan faktor paling dominan karena koefisien yang digunakan merupakan koefisien tidak terstandar.

Hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan pemetaan IPA. Berbeda dengan regresi yang memberikan hasil pada tingkat variabel, IPA menunjukkan bahwa p_2 (kenyamanan dan rasa aman) dan p_3 (kesiapan dan ketanggapan petugas) berada pada kuadran I atau prioritas utama. Kedua atribut tersebut merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Terdapat keselarasan pada aspek perhatian terhadap kualitas pelayanan, meskipun kedua metode memberikan sudut pandang yang berbeda, Hasil analisis regresi mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Namun, analisis Importance Performance Analysis (IPA) mengidentifikasi dua atribut pelayanan yang masih memerlukan peningkatan kinerja agar lebih sesuai dengan harapan pengunjung.

Perbedaan hasil antara kedua pendekatan tidak menunjukkan pertentangan. Nilai koefisien regresi menggambarkan perubahan

skor kepuasan yang diprediksi oleh perubahan skor suatu konstruk, sedangkan ipa mempertimbangkan kombinasi antara tingkat kepentingan dan kinerja pada masing-masing atribut. Oleh karena itu, produk yang memiliki koefisien tidak terstandar terbesar tidak secara otomatis menjadi prioritas perbaikan utama. Sebaliknya, p_2 dan p_3 dapat menjadi fokus perbaikan karena kedua atribut tersebut dinilai penting oleh pengunjung tetapi kinerjanya masih berada di bawah rata-rata. Berdasarkan integrasi kedua metode, rekomendasi pengelolaan perlu diarahkan pada dua tingkat. Pada tingkat konstruk, seluruh aspek yang dianalisis perlu dikelola secara terpadu karena masing-masing menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan dalam model. Pada tingkat atribut, perhatian lebih spesifik perlu diberikan pada kenyamanan dan rasa aman serta kesiapan dan ketanggapan petugas karena kedua atribut tersebut berada pada kuadran I IPA. Sementara itu, atribut p_{10} – p_{15} yang berada pada kuadran ii perlu dipertahankan kinerjanya, sedangkan sumber daya pada p_5 dan p_6 di kuadran IV dapat dievaluasi agar pengalokasiannya tetap proporsional dengan tingkat kepentingan pengunjung.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian kepuasan pengunjung agroeduwisata perkotaan yang memadukan kegiatan pertanian, edukasi, dan rekreasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, kesesuaian harga, kemudahan, dan faktor emosional memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pengunjung. Integrasi regresi linear berganda dan Importance Performance Analysis (IPA) memberikan pemahaman mengenai hubungan antarvariabel sekaligus mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, kesesuaian harga, kemudahan akses, dan faktor emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agro Edukasi Wisata Ragunan, baik secara parsial maupun simultan. Kelima variabel tersebut mampu menjelaskan 98,6% variasi kepuasan pengunjung berdasarkan nilai Adjusted R² sebesar 0,986. Kualitas produk memiliki koefisien regresi tidak terstandar terbesar, tetapi belum dapat dinyatakan sebagai variabel yang paling dominan. Berdasarkan analisis Importance Performance Analysis (IPA), aspek kenyamanan dan rasa aman (P2) serta kesiapan dan ketanggapan petugas (P3) menjadi prioritas utama perbaikan. Sementara itu, kemudahan layanan, keterjangkauan harga, dan pengalaman pengunjung merupakan aspek yang perlu dipertahankan.

Pengelola Agro Edukasi Wisata Ragunan disarankan memprioritaskan peningkatan kenyamanan, keamanan, dan ketanggapan petugas melalui pengaturan kapasitas kunjungan, penerapan standar keselamatan, serta peningkatan kompetensi petugas. Aspek pelayanan yang telah memenuhi harapan pengunjung perlu dipertahankan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada teknik accidental sampling, desain cross-sectional, cakupan variabel yang terbatas, serta beberapa indikator dan variabel yang belum memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu menggunakan sampel yang lebih representatif, memperluas periode pengamatan, menyempurnakan instrumen, dan menambahkan variabel relevan untuk memperoleh gambaran kepuasan pengunjung yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adif, R. M., Putra, A. M. E., & Afrida, Y. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksebilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1–6.
- Akuntansi, J., Dan, M., & Ekonomi, I. (2025). Analisis Kredit CV. Usaha Makmur Perkasa Mandiri untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Koperasi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(02), 1–11. <https://doi.org/10.54209/Jasmien.V5I02.852>
- Andini, D. (2024). Analisis pelaksanaan program destinasi agro edu wisata kebun Bang Jani terhadap kesadaran lingkungan pengunjung (generasi muda) di Kabupaten Bangkalan. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 221–229.
- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2015). Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74–81.
- Ardani, W., Rahyuda, K., Giantari, I. G. A. K., & Gde, I. P. (2019). Customer satisfaction and behavioral intentions in tourism: A literature review. *International Journal of Applied*, 4(3).
- Astiena, A. K., Asdi, Y., & Hadiguna, R. A. (2026). Beyond the standard: Rethinking Likert scale use in measuring patient satisfaction at public health center in Indonesia. *Journal of Public Health Research*, 15(2). <https://doi.org/10.1177/22799036261441329>;Requeste djournal:Journal:Phja;Journal:Journal:P hja;Page:String:Article/Chapter

- Astuti, S. N. D., & Yuliawati, Y. (2018). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Di Agrowisata Kabupaten Semarang. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 11(2), 241–259. <https://doi.org/10.33512/JAT.V11I2.5099>
- Audi, G., Lestari, L., & Noviyanti, I. (2025). Kepuasan Wisatawan Sebagai Indikator Kunci dalam Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Bangka Belitung. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 3(3), 13–28.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Solusi*, 21(3), 290–299. <https://doi.org/10.26623/SLSI.V21I3.7079>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan Pariwisata September 2025*.
- Djuwendah, E., Karyani, T., Saidah, Z., & Hasbiansyah, O. (2023). Pendampingan Pembuatan Paket Wisata Guna Mendukung Agroeduwisata Kampung Pasir Angling, Desa Suntenjaya. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 436–444.
- Fasa, A. W. H., Berliandaldo, M., & Prasetyo, A. (2022). Strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan di Indonesia: Pendekatan analisis PESTEL. *Kajian*, 27(1), 71–88.
- Fitriani, S. D., Larasati, D. A., Dewi, A. D. C., & Alawi, A. M. (2024). Pengembangan agrowisata berbasis wisata edukasi di mini Agrowisata Dkpp Surabaya. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 12(1), 177–181.
- Kualitas Pelayanan, P., Emosional, F., Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan Satria Mirsyah Affandy Nasution, B., Efendy Nasution, A., Kunci, K., Pelayanan, K., dan Kemudahan, B., & Konsumen, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 142–155. <https://doi.org/10.30596/SNK.V2I1.8247>
- Lindya, N. P., Wastiti, Y., Made, I., Wiguna, A., & Piatha, N. (2026). Pengembangan Kampung Wisata Tarukan Ubud Sebagai Destinasi Wisata Edukasi Berbasis Komunitas. *Jurnal Riset Akuntansi*, 4(1), 75–93. <https://doi.org/10.54066/JURA-ITB.V4I1.4156>
- Loziska, T. M., Zahra, S. A., & Atharikusuma, D. (2024). Pengembangan agroeduwisata di desa pagarawan, kabupaten bangka berdasarkan partisipasi masyarakat. *Arsir*, 8(1), 51–63.
- Mufida, L., Fianto, A. Y. A., & Halik, A. (2025a). Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto. *ECO-Buss*, 8(2), 2136–2146.
- Mufida, L., Fianto, A. Y. A., & Halik, A. (2025b). Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto. *ECO-Buss*, 8(2), 2136–2146.
- Orlando, J., & Harjati, ; Lily. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/jam/article/view/525>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

- Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Rahmawati, E. D., Setiyani, R., Janah, A. A., & Subagyo, R. (2025). Kualitas Layanan dan Kepuasan Wisatawan sebagai Penentu Niat Kunjungan Ulang: Studi pada Wisata Geopark Kebumen. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, 2(1), 60–66.
- Salsabila, A., Abubakar, A., & Azzahra, F. (2024). An Analisis Kepuasan Konsumen Pada Agrowisata Cilangkap Kota Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 81–95.
- Shajedul, I., & Abdul, B. (2022). Factors that influence tourists' satisfaction in China; evidence from selected tourist destinations in Nanjing city. *Technium Social Sciences Journal*, 38, 521–528. <https://doi.org/10.47577/TSSJ.V38I1.7666>
- Shrestha, N. (2021). Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, Vol. 9, 2021, Pages 4-11, 9(1), 4–11. <https://doi.org/10.12691/AJAMS-9-1-2>
- Tirtawati, N. M., Negarayana, I. B. P., & Julianti, N. K. I. (2023). Indonesian Tourist Satisfaction towards GWK Cultural Park Using Importance-Performance Analysis (IPA) as a Tool to Determine Improvement Priorities. *TRJ Tourism Research Journal*, 7(2), 224. <https://doi.org/10.30647/TRJ.V7I2.235>
- Xiao, X., Ye, Q., & Dong, X. (2024). Using Importance–Performance Analysis to Reveal Priorities for Multifunctional Landscape Optimization in Urban Parks. *Land*, 13(5), 564. <https://doi.org/10.3390/LAND13050564/S1>