

INTISARI

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Bhumi Merapi dengan tujuan untuk (1) mengidentifikasi atribut kualitas layanan yang prioritas untuk diperbaiki di Agrowisata Bhumi Merapi, (2) mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan yang dilakukan oleh pengelola Agrowisata Bhumi Merapi, dan (3) mengestimasi korelasi kesenjangan antara harapan dan kinerja atribut kualitas layanan Agrowisata Bhumi Merapi dengan karakteristik pengunjung. Sampel penelitian merupakan pengunjung Agrowisata Bhumi Merapi pada bulan November 2020 sejumlah 90 orang yang diambil dengan metode *accidental sampling* dengan persetujuan pengunjung tersebut. Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah *Importance-Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah kesiapan petugas dalam melayani pengunjung, kecepatan petugas merespon ketika dimintai bantuan oleh pengunjung, dan jalan setapak antar atraksi wisata. Pengunjung Agrowisata Bhumi Merapi merasa puas dengan pelayanan agrowisata, ditunjukkan dengan nilai CSI sebesar 78,02%. Nilai kesenjangan antara pentingnya dan kinerja atribut layanan dengan frekuensi berwisata dalam satu tahun memiliki hubungan yang lemah dan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara nilai gap dengan umur, pendapatan/kiriman per bulan, jarak dari rumah ke Agrowisata Bhumi Merapi, jumlah kunjungan ke Agrowisata Bhumi Merapi, tingkat pendidikan, jenis kelamin, asal daerah, status pernikahan, rekan berkunjung, serta transportasi yang digunakan.

Kata kunci: agrowisata, atribut prioritas, kepuasan pengunjung

ABSTRACT

This research conducted at Agrowisata Bhumi Merapi with the aims to (1) identify the priority of service quality attributes to be improved in Agrowisata Bhumi Merapi, (2) measuring the level of customer satisfaction with the services provided by the management of Agrowisata Bhumi Merapi, and (3) estimate the correlation of the gap between expectations and performance attributes of service quality of Agrowisata Bhumi Merapi with customer's characteristics. The sample was 90 customers of Agrowisata Bhumi Merapi in November 2020, which were taken using the accidental sampling method with the customer's consent. Data collection is done by interview using a questionnaire and data analysis techniques used Importance-Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), and correlation. The results showed that the attributes that were the top priority for improvement are the staff's readiness to serve customers, how quick the staff respond when customer asked for assistance, and the paths between tourist attractions. Agrowisata Bhumi Merapi customers feel satisfied with agro-tourism services, indicated by CSI value of 78.02%. The gap between expectations and performance attributes of service quality of Agrowisata Bhumi Merapi has a weak relationship with the frequency of trips in one year and there is no significant relationship between the gap value with age, monthly income/allowance, distance from home to Agrowisata Bhumi Merapi, number of visits to Agrowisata Bhumi Merapi, levels of education, gender, regional origin, marital status, visiting partners, and the transportation that used by the customer.

Key words: agro tourism, customer satisfaction, priority attribute