

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS LAYANAN DENGAN
LOYALITAS PENGUNJUNG DI AGROWISATA
D'EMERICK KOTA SALATIGA**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY AND
VISITOR LOYALTY D'EMERICK AGROTOURISM AT
SALATIGA CITY***

Linggar Satria¹, Bayu Nuswantara², Hendrik Johannes N³

*^{1,2,3}Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga,
Jawa Tengah*

Email: 522013032@student.uksw.edu

ABSTRAK

Agrowisata merupakan suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan. Untuk menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, termasuk dalam hal ini Agrowisata D'Emerick, dapat dilakukan dengan menilai dimensi-dimensi yang berkaitan dengan wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dengan loyalitas pengunjung di Agrowisata D'Emerick Kota Salatiga. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi antara variabel empati (X_1) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,516, nilai korelasi antara jaminan (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,525, nilai korelasi antara daya tanggap (X_3) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,516, nilai korelasi antara kehandalan (X_4) dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,304, sementara nilai korelasi antara wujud fisik (X_5) dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,383. Artinya kedua variabel mempunyai hubungan yang nyata dan dapat diterima.

Kata Kunci: Agrowisata, Kualitas Layanan, Loyalitas Pengunjung

ABSTRACT

Agrotourism is a type of tourism that uses agriculture products, ranch, and plantation as the attractions. Assessing the quality service done by service companies, Agrowisata

D'Emerick for instance, can be done by assessing the dimensions related to the tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The purpose of this research was to figure out the correlation between the quality of service dimensions with the visitor's loyalty to Agrowisata D'Emerick in Salatiga City. Research results showed that the correlation value between empathy (X_1) and visitor's loyalty (Y) was 0.516, the correlation value between guarantee (X_2) and visitor's loyalty (Y) was 0.525, the correlation value between responsiveness (X_3) and visitor's loyalty (Y) was 0.516, the correlation value between reliability (X_4) and visitor's loyalty (Y) was 0.304. While the correlation value between tangibles (X_5) and visitor's loyalty (Y) was 0.383. This means that both variables have a real and acceptable relationship.

Keywords: Agrotourism, Quality Service, Visitors Loyalty

PENDAHULUAN

Salatiga merupakan kota kecil di kaki gunung Merbabu yang terletak pada ketinggian 750-850 mdpl, sehingga membuat daerah Salatiga menjadi lebih sejuk dengan suhu rata-rata 23-30°C. Pemandangan Gunung Merbabu, Gunung Merapi, Gunung Ungaran, Gunung Telomoyo, dan Rawa Pening yang indah membuat Salatiga menjadi daerah yang indah dan sangat memanjakan mata. Hal ini tentu saja sangat menunjang keberlangsungan hidup dan pertumbuhan pariwisata di daerah tersebut, khususnya agrowisata. Agrowisata merupakan suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan (Yoeti, 2000).

Untuk menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, termasuk dalam hal ini Agrowisata D'Emerick, menurut Parasuraman dkk (1988) dalam Lupiyoadi (2013) dapat dilakukan dengan menilai dimensi-dimensi yang berkaitan dengan wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Wujud fisik (*tangibles*) yang meliputi : kebersihan dan kenyamanan ruangan, penampilan petugas, dan kelengkapan fasilitas fisik dalam menunjang pelayanan. Kehandalan (*reliability*) yang meliputi : jadwal pelayanan dijalankan secara tepat, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, dan ketepatan dalam memberikan pelayanan. Daya tanggap (*responsiveness*) yang meliputi : kemampuan petugas untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, dan memberikan tindakan cepat pada saat pelanggan membutuhkan, kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan. Jaminan (*assurance*) berkenaan dengan pelayanan yang sopan dan ramah, pengetahuan dan kemampuan petugas dalam bidangnya, dan ketrampilan dalam bekerja. Sedangkan Empati (*empathy*), berkenaan dengan bentuk kepedulian, dan perhatian pribadi kepada para pelanggan, misal :

memberikan pelayanan kepada semua pelanggan tanpa memandang status, kepedulian terhadap keluhan pelanggan, dan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan.

Berpijak dari latar belakang tersebut di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dan tujuan penelitian sebagai berikut: "Bagaimanakah hubungan antara dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: empati, jaminan, daya tanggap, kehandalan, dan wujud fisik dengan loyalitas pengunjung di Agrowisata D'Emerick Kota Salatiga?".

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dipilih secara *purposive* (sengaja), karena tempat ini merupakan agrowisata yang sudah lama dan mampu bertahan atau bersaing dengan agrowisata-agrowisata baru disekitaran Kota Salatiga. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September sampai dengan November 2019 di Agrowisata D'Emerick Jalan Hasanudin KM. 4, Argomulyo, Salib Putih Salatiga, Jawa Tengah.

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2012).

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Penelitian survei dapat digunakan untuk maksud penjajakan (*eksploratif*), deskriptif, penjelasan yakni untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis, evaluasi, prediksi atau ramalkan kejadian tertentu di masa yang akan datang, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial (Effendi & Tukiran, 2014).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability* sampling yaitu, teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang sama untuk menjadi anggota sampel (Asnawi & Masyhuri, 2009). Teknik pengambilan sampel *non probability* sampling peneliti menggunakan metode sampling aksidental (*accidental sampling*). *Accidental sampling* atau juga yang sering dikenal sebagai *convenience sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses (Santoso & Tjiptono, 2001).

Accidental sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai 29 sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan konsumen atau pelanggan (Sugiyono, 2012).

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode survei dengan cara wawancara melalui panduan kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini yaitu berupa pernyataan tertulis yang diajukan kepada 60 responden mengenai kualitas pelayanan yang ada di Agrowisata D'Emerick kota Salatiga. Data sekunder digunakan sebagai penguat data primer, diperoleh dengan cara studi literatur pada buku, internet kajian pustaka dari instansi atau lembaga yang terkait.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert. Setiap pertanyaan hanya diberi alternatif jawaban sebanyak lima jawaban. Format jawaban tipe Likert terdiri dari : jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai = 1, Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai = 2, Untuk jawaban Kurang Setuju (KS) diberi nilai = 3, Untuk jawaban Setuju (S) diberi nilai = 4, Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai = 5.

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* Microsoft Excel 2007 untuk input data, SPSS versi 16.0 *for windows* untuk melakukan pengujian tiga uji, yaitu : uji validitas, uji reliabilitas, dan uji korelasi. Untuk mendapatkan keabsahan data yang diteliti maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu suatu penganalisaan kasus, kondisi sosial, perilaku manusia, dan sebagainya dengan cara memberi gambaran atau penjelasan secara naratif. Analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk menjabarkan gambaran umum perusahaan, karakteristik pengunjung yang berkunjung ke Agrowisata D'Emerick, perilaku penggunaan produk jasa wisata, dan tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung Agrowisata D'Emerick. Data yang dianalisis secara deskriptif disajikan dalam suatu alinea uraian secara naratif atau dalam tabulasi frekuensi sederhana berdasarkan jawaban responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Agrowisata D'Emerick

Agrowisata D'Emerick merupakan satu tempat wisata yang terletak di kaki Gunung Merbabu sekitar 4 km, atau sekitar 15 menit dari kota Salatiga menuju obyek wisata Kopeng. Nama D'Emerick merupakan nama desa yang berada di sekitar tempat Wisata Agro yang terkenal karena kesejukan, keasrian dan pemandangan yang indah. Agrowisata D'Emerick sendiri tepatnya beralamatkan di Desa D'Emerick, Jalan Hasanudin (Jalan Raya Salatiga - Kopeng KM 4) Salatiga - Jawa Tengah, Indonesia. Agrowisata D'Emerick didirikan dengan visi "Menjadikan D'Emerick lebih dapat dikenal sebagai tempat Agrowisata", sementara misinya adalah "Memanfaatkan SDM yang ada di sekitar D'Emerick, sehingga perekonomian warga sekitar dapat meningkat".

Selain pemandangan alam yang masih asri, Agrowisata Salib putih juga menyediakan penginapan (hotel) dan wahana *advanture park*. Beberapa wahana yang tersedia di lokasi tersebut antara lain: wahana *archery*, wahana *motor ATV*, wahana *flying fox*, wahana *high rope*, wahana *ninja kids*, taman kelinci dan wahana *happy soul*; gedung-gedung yang dapat digunakan untuk keperluan rapat, seminar, maupun untuk acara pernikahan.

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pengunjung Agrowisata D'Emerick yang berwisata paling banyak adalah laki-laki yakni sebanyak 34 orang atau 56,67 persen, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 26 orang atau 43,33 persen dari total responden.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	34	56,67
Perempuan	26	43,33
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer (2019), diolah

Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 2. menunjukkan bahwa sebagian besar responden pengunjung Agrowisata D'Emerick berumur antara 17-25 tahun, yaitu sebanyak 26 orang atau 43,3 persen. Lalu diikuti oleh responden yang berumur antara 26-34 tahun sebanyak 18 orang atau 30 persen. Sedangkan responden yang terendah adalah responden yang beumur antara 44-50 tahun atau 3,3 persen.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase (%)
17 - 25	26	43,3
26 - 34	18	30,0
35 - 43	8	13,3
44 - 50	2	3,3
>50	6	10,0
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer (2019), diolah

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3. terlihat bahwa sebagian besar responden pengunjung Agrowisata D'Emerick adalah Mahasiswa yaitu sebanyak 20 orang atau 33,3 persen, lalu diikuti wiraswasta sebanyak 11 orang atau 18,3 persen, Pelajar dan Pegawai negeri sebanyak 8 orang atau 13,3 persen, ibu rumah tangga 7 orang atau 11,7 persen. Sedangkan responden yang terendah adalah jenis pekerjaan lainnya (lain) yaitu 6 orang atau 10 persen dari jumlah responden.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar	8	13,3
Mahasiswa/i	20	33,3
Pegawai Negeri	8	13,3
Wiraswasta	11	18,3
Ibu Rumah Tangga	7	11,7
Lain - lain	6	10,0
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer (2019), diolah

Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Tabel 4. terlihat bahwa frekuensi berkunjung ke Agrowisata D'Emerick selama kurang lebih 2 (dua) bulan terakhir yang paling banyak adalah 2 (dua) kali yakni 32 orang atau 53,3 persen dan diikuti pengunjung yang lebih dari 2 (dua) kali yaitu sebanyak 28 orang atau 46,7 persen. Dalam penelitian ini ternyata responden yang mengunjungi Agrowisata D'Emerick lebih dari 1 (satu) kali, ini menunjukkan bahwa wisatawan mempunyai niat untuk kembali dan melakukan kunjungan berkali-kali.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.

Frekuensi Berkunjung	Frekuensi	Presentase (%)
1 Kali	0	0,0
2 Kali	32	53,3
>2 Kali	28	46,7
Jumlah	60	100

Sumber: Data Primer (2019), diolah

PEMBAHASAN

Hubungan Antara Empati (X_1) dengan Loyalitas Pengunjung (Y)

Variabel empati dalam penelitian ini memiliki 4 (empat) indikator, yaitu : Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif dari karyawan, perhatian personal dari karyawan dan pemahaman atas kebutuhan individu para pengunjung. Penilaian setuju dan sangat setuju terhadap indikator-indikator pada dimensi empati tersebut menunjukkan, bahwa menurut pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan empati terbukti memiliki hubungan positif dengan loyalitas pengunjung yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,516 di tingkat signifikansi 0,000, artinya semakin dinilai baik empati karyawan terhadap pengunjung maka loyalitas pengunjung akan semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara empati dengan loyalitas pengunjung dinilai dengan kategori cukup. Hal tersebut menunjukkan, walaupun empati petugas telah dinilai baik oleh pengunjung, namun kondisi tersebut belum seperti yang diharapkan oleh pihak manajemen Agrowisata D'Emerick.

Temuan hasil penelitian tersebut sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Fauziah (2010), yang menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengunjung.

Hubungan Antara Jaminan (X_2) dengan Loyalitas Pengunjung (Y)

Jaminan dalam penelitian ini dinilai dari 5 (lima) indikator, yaitu : Karyawan Agrowisata D'Emerick selalu bersikap sopan dan ramah terhadap pengunjung, Karyawan Agrowisata D'Emerick mampu meyakinkan pengunjung agar dapat melakukan kunjungan kembali, Agrowisata D'Emerick dapat menjamin keamanan pengunjung, Agrowisata D'Emerick memiliki sistem keamanan yang baik, dan Karyawan Agrowisata D'Emerick memiliki pengetahuan yang baik. Indikator-indikator tersebut mayoritas dinilai dengan kategori setuju dan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa jaminan dalam penelitian ini dinilai dengan kategori baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pengunjung yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,525 di tingkat signifikansi 0,000, selain itu hubungan keduanya memiliki arah yang positif. Berarti dapat dikatakan, bahwa semakin baik jaminan yang diberikan oleh pihak Agrowisata D'Emerick maka loyalitas pengunjung juga akan mengalami peningkatan secara signifikan. Namun demikian, ternyata hasil analisis menunjukkan, bahwa nilai hubungan jaminan dengan loyalitas pengunjung dinilai dengan kategori cukup. Hal tersebut ditunjukkan dari

besarnya nilai koefisien korelasi kedua variabel tersebut yang hanya sebesar 0,525.

Temuan hasil penelitian ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Dalimunthe (2007), dan Meira (2010), bahwa kualitas pelayanan yang dinilai dari dimensi *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, sehingga semakin baik penilaian kualitas pelayanan pada dimensi *assurance* maka akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Hubungan Antara Daya Tanggap (X_3) dengan Loyalitas Pengunjung (Y)

Daya tanggap dalam penelitian ini dinilai dengan menggunakan 4 (empat) indikator, yaitu : Karyawan Agrowisata D'Emerick cepat tanggap terhadap keluhan pengunjung, Karyawan Agrowisata D'Emerick cekatan dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami pengunjung, Karyawan Agrowisata D'Emerick bersedia membantu pengunjung meskipun sedang mengerjakan pekerjaan yang lain, dan ketika pengunjung membutuhkan sesuatu karyawan Agrowisata D'Emerick selalu siap memberikan bantuan. Indikator-indikator daya tanggap tersebut mayoritas dinilai setuju dan sangat setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan data tanggap dinilai dengan kategori baik.

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara daya tanggap dengan loyalitas pengunjung adalah signifikan dengan arah yang positif yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,516 di tingkat signifikansi 0,000. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa daya tanggap berhubungan positif dan signifikan dengan loyalitas pengunjung. Hal yang sama juga dikatakan oleh Griffin (2005), bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu hal yang membentuk loyalitas konsumen.

Namun demikian, ternyata hubungan kedua variabel tersebut dinilai dengan kategori cukup. Temuan tersebut menunjukkan, bahwa walaupun daya tanggap memberikan dampak terhadap loyalitas yang tinggi terhadap loyalitas pengunjung, tetapi masih terdapat beberapa hal yang menjadikan loyalitas pengunjung belum sesuai dengan harapan pihak manajemen Agrowisata D'Emerick.

Hubungan Antara Kehandalan (X_4) dengan Loyalitas Pengunjung (Y)

Kehandalan dalam penelitian ini dinilai atau diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator, yaitu karyawan Agrowisata D'Emerick memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan keadaan tempat wisata, karyawan Agrowisata D'Emerick memberikan perhatian serius terhadap anda ketika dalam kunjungan, karyawan Agrowisata D'Emerick cekatan dalam menangani kebutuhan pengunjung, dan Agrowisata D'Emerick memberikan kualitas pelayanan yang baik. Indikator-indikator tersebut menunjukkan, bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju.

Berdasarkan penilaian tersebut maka pengunjung pada dasarnya telah memberikan penilaian baik pada dimensi kehandalan. Berkaitan dengan temuan tersebut maka kehandalan dalam kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang ikut berperan dalam meningkatkan loyalitas pengunjung.

Hasil analisis korelasi antara kehandalan dengan loyalitas pengunjung terbukti signifikan dengan arah yang positif yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,304 di tingkat signifikansi 0,018, artinya semakin baik kehandalan petugas Agrowisata D'Emerick maka akan meningkatkan loyalitas pengunjung Agrowisata D'Emerick, begitu pula sebaliknya.

Hasil kajian tersebut mendukung kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Dalimunthe (2007), dan Meira (2010), bahwa kualitas pelayanan yang dinilai dari dimensi *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, sehingga semakin baik penilaian kualitas pelayanan pada dimensi *reliability* maka akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Hubungan Antara Wujud Fisik (X₅) dengan Loyalitas Pengunjung (Y)

Wujud fisik dalam penelitian ini dinilai dengan menggunakan 6 (enam) indikator, yaitu Agrowisata D'Emerick merupakan tempat yang nyaman. Fasilitas pelengkap yang disediakan Agrowisata D'Emerick (toilet, wastafel, tempat sampah, dll) dalam keadaan terawat dan bersih. Area parkir yang disediakan Agrowisata D'Emerick luas dan tidak sempit jarak antar kendaraan. Karyawan Agrowisata D'Emerick berpenampilan rapih, Area sekitar Agrowisata D'Emerick terlihat bersih, dan tersedianya alat komunikasi untuk menghubungi petugas Agrowisata D'Emerick. Indikator-indikator tersebut oleh mayoritas responden dinilai dengan kategori sangat setuju dan setuju. Berarti wujud fisik dalam penelitian ini secara keseluruhan telah dinilai baik oleh responden. Berkaitan dengan temuan tersebut maka wujud fisik dalam kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang ikut berperan dalam meningkatkan loyalitas pengunjung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan antara wujud fisik dengan loyalitas pengunjung adalah signifikan dengan arah yang positif yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,383 di tingkat signifikansi 0,003. Berarti semakin baik wujud fisik yang ditawarkan kepada pengunjung, loyalitas pengunjung juga akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, jika wujud fisik semakin buruk maka loyalitas pengunjung juga akan mengalami penurunan. Namun demikian hubungan antara wujud fisik dengan loyalitas pengunjung dinilai dengan kategori lemah. Temuan hasil penelitian ini secara implisit mendukung pendapat Tjiptono (2006), bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pengunjung. Berikut data hasil analisis tertera pada Tabel 5.

Tabel 5. Hubungan antara Empati (X_1), Jaminan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Kehandalan (X_4), Wujud Fisik (X_5) dengan Loyalitas Pengunjung

No	Variabel		Koef. Korelasi	Sig.	Tingkat Keeratan Hubungan
	Independen (X)	Dependen (Y)			
1	Empati (X_1)		0,516	0,000	Cukup
2	Jaminan (X_2)		0,525	0,000	Cukup
3	Daya Tanggap (X_3)	Loyalitas	0,516	0,000	Cukup
4	Kehandalan (X_4)	Pelanggan	0,304	0,018	Lemah
5	Wujud Fisik (X_5)		0,383	0,003	Lemah

Sumber: Data Primer (2019), diolah

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : empati (X_1), jaminan (X_2), daya tanggap (X_3), kehandalan (X_4) dan wujud fisik (X_5) memiliki hubungan yang nyata terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Agrowisata D'Emerick Kota Salatiga dan dapat diterima. Hasil analisis korelasi juga menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi antara variabel empati (X_1) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,516, nilai korelasi antara jaminan (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,525, nilai korelasi antara daya tanggap (X_3) dengan loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,516, nilai korelasi antara kehandalan (X_4) dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,304, sementara nilai korelasi antara wujud fisik (X_5) dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,383. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel jaminan merupakan variabel yang dominan berhubungan dengan loyalitas pengunjung di Agrowisata D'Emerick Kota Salatiga.

Rekomendasi Kebijakan

Rekomendasi yang diberikan peneliti ini merupakan masukan yang diharapkan dapat memberikan referensi positif bagi beberapa pihak yang membutuhkan hasil dari penelitian ini.

1. Untuk meningkatkan loyalitas pengunjung, ada baiknya pihak manajemen Agrowisata D'Emerick Salatiga memperbaiki dan meningkatkan jumlah jasa yang ditawarkan kepada pengunjung.
2. Hal lainnya yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen adalah merubah konsep agrowisata yang ditampilkan kepada pengunjung agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengunjung.
3. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, dan dengan lokasi yang sama, maka ada baiknya menggunakan metode penelitian lain, misalnya metode penelitian

fenomenologi sehingga akan diperoleh secara lebih mendalam variabel-variabel apa saja yang memiliki hubungan lebih erat dengan loyalitas pengunjung di Agrowisata D'Emerick Kota Salatiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, & Masyhuri. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Anggi Meira (2010). *Analisis Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pengunjung Taman Rekreasi Kampoeng Wisata Cinangneng Kecamatan Ciampeka Kabupaten Bogor (Pendekatan Structural Equation Model(SEM))*
- Dalimunthee, Ritha F., 2007. *Analisis Persepsi Pasien Partikular Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Loyalitas di Ruang Rawat Inap RS Islam Malahayati Medan*. diakses dari <https://repository.usu.ac.id>.
- Effendi, S., & Tukiran. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nila Fauziah. (2010). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan Hotel Santika Premiere Malang)*
- Santoso, S., & Tjiptono. (2001). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Yoeti, O. A. (2002). *Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT. Pertja.