

PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI THE SILA'S AGROTOURISM TABANAN BALI

I Kadek Dwipa Riana Putra¹, Ida Ayu Putu Sulastri²

^{1,2}Universitas Triatma Mulya

Email: ¹rianaputra92@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to (1) determine the effect of facilities on customer satisfaction at The Sila's Agrotourism Tabanan, Bali; (2) determine the effect of service quality on customer satisfaction at The Sila's Agrotourism Tabanan, Bali; and (3) knowing the effect of Facilities and Service Quality on customer satisfaction at The Sila's Agrotourism Tabanan, Bali. This study uses a sample of 75 samples consisting of 6 facilities indicators (X1), 5 service quality indicators (X2), and 4 satisfaction indicators (Y). The research data analysis method uses t-test analysis and multiple regression tests. The results of the analysis of the influence of facilities (X1) on customer satisfaction (Y) in Table 4.9 show a significance level of t of 0.000 which is smaller than $\alpha = 0.05$. In addition, the facility regression coefficient (X1) of 0.000 indicates a positive influence of the facility on customer satisfaction. The results of the analysis of the effect of service quality (X2) on customer satisfaction (Y) in Table 4.9 show a significance level of t of 0.033 which is smaller than $\alpha = 0.05$. In addition, the facility regression coefficient (X1) of 0.033 indicates a positive influence of service quality on customer satisfaction. The results of F arithmetic ($14.979 > F$ table (3.150)) This means that there is an increase in facilities and service quality simultaneously which will later be able to increase customer satisfaction at The Sila's Agrotourism, Tabanan.

Keywords: facilities, service quality, satisfaction, The Sila's Agrotourism.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara agraris yang memiliki keunggulan yang dapat menjadi aset dalam pertumbuhan ekonomi, selain sektor pertanian, sektor perdagangan, sektor pertambangan dan lain-lain, sektor pariwisata juga sangat berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara yang berbentuk kepulauan, sehingga memiliki begitu banyak potensi yang dapat dikembangkan di setiap daerah yang mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Tidak hanya menyimpan pesona alam yang indah, tapi Indonesia juga kaya akan wisata budaya yang berbeda beda pada setiap daerah, terbukti dengan peninggalan peninggalan sejarah, adat istiadat serta seni dan tradisi, sehingga dengan banyaknya potensi yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata.

Satu di antaranya adalah Pulau Bali, yaitu pulau yang sering dikunjungi tidak hanya wisatawan domestik tetapi juga wisatawan mancanegara. Pulau Bali dikenal dengan sebutan Pulau Dewata atau Pulau Seribu Pura, dijulukinya Pulau Dewata dikarenakan Pulau Bali bermayoritas agama Hindu atau budaya Hindu yang masih mengakar erat di Pulau Bali. Di samping karena keindahan alam yang dimiliki, Pulau Bali juga terkenal dengan adat istiadat dan keramahan penduduk Bali yang menjadi daya tarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Pulau Bali. Seiring dengan pesatnya perkembangan Pulau Bali

setiap tahunnya, pemerintah juga mulai memperhatikan sarana dan prasarana guna menunjang kebutuhan pariwisata di Bali. Maka dari itu pemerintah melakukan beberapa cara serta beberapa kebijakan-kebijakan untuk memperkuat perkembangan pariwisata di Bali. Contohnya seperti perencanaan daerah atau kawasan pariwisata, pembangunan fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan pariwisata, pembuatan dan menegakkan peraturan, dengan demikian maka para investor asing akan lebih tertarik dengan keberadaan Pulau Bali untuk menanamkan modal, investor lokal maupun asing akan memanfaatkan peluang-peluang dengan mendirikan perusahaan perusahaan yang erat kaitannya dengan kepariwisataan di Bali. Salah satu usaha yang akan menunjang gerak lalu lintas kepariwisataan adalah obyek wisata Bali, dengan demikian, banyaknya obyek wisata yang dimiliki Bali menjadikan Pulau Bali ini menjadi salah satu daerah dengan tujuan wisata.

Perkembangan sektor pariwisata di Bali terbilang sangat cepat, pesat dan terus berkembang. Hal itu dikarenakan setiap tahunnya wisatawan mancanegara yang mengunjungi Pulau Bali dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, namun pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan karena pandemi COVID19 yang masih terjadi di seluruh dunia.

Tabanan merupakan salah satu kabupaten dari beberapa kabupaten yang ada di Provinsi Bali. Kabupaten Tabanan terletak sekitar 35 km disebelah barat kota Denpasar, Kabupaten Tabanan memiliki luas wilayah 839,33 km² (14,90% dari luas Provinsi Bali) yang terdiri dari daerah pegunungan dan pantai, oleh karena itu Kabupaten Tabanan merupakan salah satu pusat pariwisata alam yang memberikan panorama yang sangat indah, salah satunya adalah Bedugul. Daya tarik obyek wisata Bedugul berada pada keindahan pemandangan alam dan pemandangan danau alami.

Di kawasan Bedugul ada beberapa tempat wisata yang menjadi daya tarik dan sering dikunjungi oleh wisatawan, baik itu wisatawan asing atau lokal yaitu kawasan obyek wisata Pura Ulun Danu Danau Beratan, Jogger Luwus, Pasar Tradisional Candi Kuning, Kebun Raya Bedugul, The Bloom Garden dan The Sila's Agrotourism. Dari beberapa obyek wisata di atas, *The Sila's Agrotourism* merupakan salah satu favorit tujuan wisata.

The Sila's Agrotourism merupakan salah satu agrowisata yang menawarkan keindahan alam desa Candikuning serta jasa layanan berwisata seperti: memetik buah dan sayuran, *camping, cycling, tracking, outbond*, ATV, dan berkuda, selain itu *The Sila's Agrotourism* juga menawarkan fasilitas pendukung lainnya seperti: restoran, tempat parkir dan toilet. Pengunjung *The Sila's Agrotourism* bervariasi mulai dari usia anak-anak sampai orang dewasa, dan bervariasi dari pengunjung individu maupun kelompok seperti: kelompok wisata anak sekolah dan pegawai kantor. Obyek wisata *The Sila's Agrotourism* mulai beroperasi pada tahun 2012 dengan menyediakan kegiatan *outbond trainee* dan *botanical journey* yang ditawarkan kepada siswa sekolah. Melihat banyaknya minat dari pengunjung pada tahun 2014, obyek wisata *The Sila's Agrotourism* mulai membuka untuk masyarakat umum serta menambah berbagai kegiatan yang ditawarkan.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009: 45). Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan kepuasan, karena suatu bentuk jasa

tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba. Beberapa fasilitas yang diberikan oleh objek wisata *The Sila's Agrotourism* ialah tempat parkir, toilet, peta dan kios – kios kecil, tempat sampah, tempat duduk. Tetapi dari sekian banyaknya fasilitas yang ada di *The Sila's Agrotourism*, masih saja ada beberapa pengunjung yang mengeluhkan fasilitas fisik yang kurang memadai, seperti keluhan pengunjung mengenai toilet yang kurang bersih, tempat sampah yang rusak dan pelang nama petunjuk arah yang rusak.

Pelayanan menurut Mahmoedin (2010) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Pada objek wisata *The Sila's Agrotourism* Tabanan, Bali telah memberikan kualitas pelayanan seperti kebersihan taman, layanan informasi dan keamanan. Dari kualitas pelayanan yang telah diberikan pihak *The Sila's Agrotourism* tetap saja ada wisatawan yang mengunjungi objek wisata ini memiliki keluhan karena kurang maksimalnya pelayanan yang membuat pelanggan merasa tidak puas. Misalnya terdapat sampah di suatu titik, tempat sampah yang rusak namun tidak diperbaiki, dan beberapa tempat duduk yang kotor.

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa masih saja ada pelanggan yang mengeluh dengan kualitas pelayanan yang ada di *The Sila's Agrotourism* Tabanan, Bali. Tetapi dalam hal ini sebenarnya pihak pengelola *The Sila's Agrotourism* sudah berusaha semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan yang baik hal ini bisa di lihat dari adanya beberapa komentar yang sangat baik akan pelayanan dari para karyawan di *The Sila's Agrotourism* namun dalam kasus tertentu seperti pada saat jumlah kunjungan yang sangat tinggi tentunya akan mempengaruhi kualitas pelayanan karena sumber daya yang ada tidak sebanding dengan jumlah pengunjung maka akan menyebabkan kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Hal ini menyebabkan kurang seimbangnya antara fasilitas dan kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan yang sudah bagus namun belum maksimal di bagian fasilitas yang menyebabkan kurang maksimalnya kepuasan pelanggan yang tercapai.

Berdasarkan hasil pengamatan yang tidak disengaja dan sebelum melakukan observasi penulis melakukan kunjungan terlebih dahulu ke *The Sila's Agrotourism*, dan pada saat itulah penulis berkenan untuk menanyakan suatu pertanyaan tentang fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang ada di *The Sila's Agrotourism*. Oleh karena ketidaksengajaan itu penulis akhirnya berinisiatif untuk mengembangkan dan mengkaji lebih dalam tentang *The Sila's Agrotourism* berdasarkan latar belakang diatas dan pengalaman penulis setelah mengunjungi objek wisata tersebut, penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sila's Agrotourism* Tabanan, Bali”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan mengetahui besar pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *The Sila's Agrotourism* Tabanan, Bali.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata

Menurut UU RI No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Secara global maupundalam skala nasional, pariwisata merupakan sektor ekonomi penting. Oleh karena itu kerusakan lingkungan seperti pencemaran limbah domestik, kawasan kumuh, adanya gangguan terhadap wisatawan, penduduk yang kurang atau tidak bersahabat, kesemerawutan lalu lintas, kriminalitas, dan lain-lain, akan dapat mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata (dalam Tingginehe, 2019).

Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2008:6) Pemasaran (*marketing*) adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. *Marketing* ialah suatu proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan Menurut Hasan (2013:4).

David (2011:198) Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.

Marketing Mix

Marketing mix adalah istilah yang cukup dikenal oleh pebisnis. *Marketing mix* atau bauran pemasaran adalah suatu strategi yang terdiri dari beberapa unsur terpadu untuk menjual produk atau jasa kepada pelanggan. Konsep besar dari *marketing mix* adalah memastikan pilihan produk tepat, di waktu dan tempat yang tepat, juga dengan harga yang tepat. *Marketing mix* mengandalkan sejumlah unsur promosi yang dimaksimalkan demi mencapai target penjualan.

Fasilitas

Fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling berkaitan dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan (Suryadana dan Octavia, 2015)

Nirwana (2004:47) memaparkan bahwa fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian.

Kualitas Pelayanan

Mahmoedin (2010) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan

permasalahan konsumen/pelanggan. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik (Zein, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain sehingga kebutuhan pelanggan terpenuhi sesuai dengan harapan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2006:177) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang. Untuk memuaskan kebutuhan pelanggan adalah tujuan utama setiap perusahaan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pelayanan tersebut di kemudian hari.

Menurut Tjiptono (2012:301) Kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013:14) Data kualitatif, yaitu data yang tidak berupa angka-angka atau bilangan melainkan berupa uraian atau penjelasan berupa keterangan dan informasi. Adapun yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian dan gambaran umum hotel. Data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2014). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Menurut Sugiyono (2013:199) survey merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini kuesioner diberikan kepada wisatawan yang mengunjungi objek wisata *The Sila's Agrotourism*. Menurut Sugiyono (2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi angket atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Alat yang digunakan untuk mengukur adalah Skala Likert dengan menggunakan rentang nilai 1 sampai 5 yang diberi skor sebagai berikut (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju). Menurut Sugiyono (2017). Penulis melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di lokasi penelitian yaitu di *The Sila's Agrotourism* Tabanan, Bali

Menurut Ferdinan (2006) memaparkan bahwa bila ukuran sampel terlalu besar maka model penelitian menjadi sensitif sehingga sulit mendapatkan *goodness of fit* yang baik. Untuk itu disarankan ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah variabel. Dalam penelitian ini jumlah indikator dari keseluruhan variabel yang ada adalah sebanyak 15 item, oleh karena itu jumlah sampel yang digunakan

minimal 5 kali jumlah indikator atau sebanyak $5 \times 15 = 75$. Dilihat dari hasil yang diperoleh maka untuk itu penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 75 sampel yang terdiri dari 6 indikator fasilitas (X1), 5 indikator kualitas pelayanan (X2) dan 4 indikator kepuasan (Y). Data yang diperoleh dari hasil penelitian setelah diadakan tabulasi data, maka langkah-langkah selanjutnya dapat dilakukan dengan teknik analisis statistik menggunakan bantuan program *Statistical Package For Social* (SPSS) versi 24.

HASIL PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil uji Validitas di atas 0,30. Hal ini berarti semua butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa semua variabel mempunyai Cronbach's alpha lebih besar dari standar alpha sebesar 0,600, sehingga bisa disimpulkan bahwa semua variabel dalam daftar pertanyaan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik ini, dapat dilihat hasil uji normalitas data dengan menggunakan statistik kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini probabilitasnya $\geq 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. menunjukkan bahwa nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang dihasilkan kurang dari 10 dan koefisien tolerance yang dihasilkan lebih besar dari 0,10 untuk setiap variabel bebas yang digunakan, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi ganda (multikolinearitas) antar variabel independen, oleh karena itu asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik pada scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah titik 0 sumbu Y. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1

Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a				
	B	Std. B t	Sig.	
1 (Constant)				
X1	0,779	0,786	4,725	0,000
X2	0,350	0,360	2,179	0,033

$$R^2 = 0,294$$

$$Y = 2,558 + 0,779X_1 + 0,35X_2$$

$$T_{\text{tabel}}(0,05: 73) = 1,669$$

$$F_{\text{hitung}} = 14,979$$

a. Dependent Variable: Y

Uji T

Hasil uji t variabel Fasilitas (X₁) diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 4,725$ lebih besar dari nilai $t_{\text{tabel}} = 1,669$ ($4,725 > 1,669$) maka keputusannya adalah menolak

hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), ini berarti terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Fasilitas (X_1) dengan Kinerja kepuasan tamu (Y) di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan.

Hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,179$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,669$ ($2,179 > 1,669$) maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), ini berarti terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap kepuasan tamu (Y) di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan.

Uji F

Hasil analisis ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil F hitung ($14,979$) $>$ F tabel ($3,150$) Hal ini berarti bahwa adanya peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan yang nantinya akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di *The Sila's Agrotourism*.

Koefisien Determinasi

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* pada Tabel 1 diatas memperlihatkan bahwa besarnya nilai *adjusted R Square* adalah sebesar $0,294$ ini berarti pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $29,4\%$ dan sisanya sebesar $70,6\%$ di pengaruhi oleh faktor lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hasil analisis dan semua pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Fasilitas (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan menunjukan tingkat signifikansi sebesar $0,005$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Selain itu nilai koefisien regresi fasilitas (X_1) sebesar 0.779 menunjukan adanya pengaruh positif dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukan bahwa, jika *The Sila's Agrotourism* menetapkan atau meningkatkan fasilitas yang ada maka kepuasan pelanggan akan terus meningkat.
2. Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan menunjukan tingkat signifikansi sebesar $0,005$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Selain itu nilai koefisien regresi Kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0.350 menunjukan adanya pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan yang menunjukan bahwa, jika *The Sila's Agrotourism* meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan maka kepuasan pelanggan akan terus meningkat dan kemungkinan terus dapat meningkatkan jumlah kunjungan.
3. Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil F hitung ($14,979$) $>$ F tabel ($3,150$) Hal ini berarti bahwa adanya peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan yang nantinya akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan

di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan. oleh karena itu jika pihak kebun raya terus meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanannya maka pelanggan akan merasa amat puas.

4. Besar pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan adalah sebesar 29,4% dan sisanya sebesar 70,6 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

Berdasarkan semua pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini menemukan bahwa di hasil uji t variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil terendah. Oleh karena itu fasilitas di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan perlu di tingkatkan kembali agar kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.
2. Karyawan di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan dapat lebih menjaga dan merawat fasilitas yang telah ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan untuk mempermudah pelanggan selama melakukan kegiatan di *The Sila's Agrotourism*, Tabanan. Hal ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat berpengaruh pada faktor rekomendasi atau ketertarikan pelanggan untuk datang kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, Y. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Narita Hotel Surabaya. (Skripsi Sarjana Progam Studi Manajemen). Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran* 1 Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Nirwana. 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Dioma.
- Octavia, V & Suryadana, M. L., 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rahmadi, D. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu menginap di Hotel Sahid Batam Center*. (Skripsi Sarjana Progam Studi Manajemen). Batam: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
- Sugiyono, 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)