

Evaluasi kepuasan wisatawan pada destinasi Argowisata Panyaweuyan

Evaluation of tourist satisfaction at The Panyaweuyan tourism destination

Sri Umyati^{1*}, Sri Ayu Andayani¹, Dinar¹, Aaz Azamudin Tifani²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Majalengka
Jl. K.H. Abdul Halim No. 103 Majalengka, Jawa Barat 45418, Indonesia

²Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Majalengka
Jl. K.H. Abdul Halim No. 103 Majalengka, Jawa Barat 45418, Indonesia

*Corresponding author: sriumyati.28@unma.ac.id

ABSTRACT

The Panyaweuyan terraced area is a tourist area that has local wisdom values from farming culture in the area. These local wisdom values attract tourists to visit, starting from just enjoying its beauty, educational tours and even historical tours of farming culture. Seeing the above phenomenon, it is necessary to direct this research to measure the satisfaction of visitors to Panyaweuyan agrotourism and its impact on the development of Panyaweuyan agrotourism itself. The aim of this research is to identify visitor satisfaction and its impact on the development of Panyaweuyan agrotourism. The research method used in this research is a survey method and the selection of research locations was carried out purposively. Respondents were determined using an accidental sampling technique with a limit of 60 visitors. Meanwhile, this research technique uses IPA and CSI analysis techniques to determine visitor satisfaction with a descriptive approach. This is done by describing, identifying and interpreting something that exists or is happening and being experienced in the research object to determine its impact on the development of Panyaweuyan agrotourism. The research results show that by carrying out CSI analysis, tourists are satisfied with what Panyaweuyan agrotourism offers (scenery, services, and facilities) with a satisfaction level of 74.95%. Meanwhile, the results of the IPA analysis show that there are still many things that are priorities for improving agrotourism, three of which are natural scenery, tourism service procedures and the benefits felt by visitors.

Keywords : Agrotourism, CSI, IPA, visitors

PENDAHULUAN

Integrasi antara sektor pertanian dan pariwisata telah banyak dikembangkan saat ini, terutama di berbagai daerah. Hal tersebut dinilai dapat menopang pertumbuhan ekonomi daerahnya. Pariwisata terutama yang berbasis agrowisata begitu meningkat pesat saat ini di beberapa daerah di tanah air. Seperti yang disampaikan Vetkina et al., 2024, bahwa pariwisata meningkat pesat di beberapa negara termasuk beberapa negara berkembang. Dalam perkembangannya, kekayaan alam merupakan hal penting yang perlu diperhatikan di sektor pariwisata. Maka pengembangan pariwisata yang berbasis pertanian dinilai lebih berpotensi karena akan berdampak pada proses mempopulerkan produk sumber daya lokal (Chhabra, 2024). Selain itu agrowisata juga akan memberikan dampak positif terhadap keberhasilan suatu bisnis (Mura, et al, 2018).

Pengembangan agrowisata dinilai sebagai salah satu alternative diversifikasi pertanian (Vaugeois N L, 2019) dan dinilai sebagai salah satu strategi untuk mempromosikan ekonomi

perdesaan serta melindungi pendapatan sektor pertanian dari fluktuasi pasar (Gasimova et al., 2025). Artinya bahwa dengan berkembangnya agrowisata diharapkan akan dapat membantu adanya tambahan sumber pendapatan ekonomi masyarakat perdesaan. Maka pengembangan pariwisata di perdesaan sangat penting dilakukan terutama untuk pariwisata berkelanjutan seperti agrowisata, ekowisata, agroekowisata ekologi, wisata alam dan lain sebagainya.

Konsep daya saing sektor pariwisata tidak hanya terkait pada sektor ekonomi tapi juga dengan aspek sosial, budaya, dan sejarah. Hal ini karena destinasi pariwisata melibatkan berbagai aspek baik sektor domestik maupun Internasional (Komarynets et al., 2022). Pengembangan agrowisata memerlukan kebersamaan dan partisipasi masyarakat sekitar, hal ini berhubungan dengan harus adanya symbiosis antara masyarakat sebagai tuan rumah atau pengelola kaitannya dengan pemahaman sumber daya, budaya pertanian, sejarah, produk-produk sumberdaya lokal yang akan memberikan kepuasan kepada pengunjung sehingga dapat menimbulkan dukungan moral (Yu Wen & M Spencer, 2020). Kaitan dengan kepuasan maka motivasi pengunjung perlu diperhatikan sebagai penentu dasar perilaku wisatawan dalam agrowisata (Soldatenko D & Elisa Backer, 2019), karena motivasi pengunjung, pengalaman, akan menimbulkan niat untuk dapat berkunjung bahkan selalu mengikuti kegiatan di wilayah agrowisata (Westwood C, et al, 2018). Selain itu, kualitas layanan yang diberikan sebagai citra dari pengelola penting diperhatikan untuk kepuasan pengunjung. Hal ini tentunya akan mempengaruhi terhadap rancangan program pemasaran yang dapat membentuk loyalitas pengunjung (Makanyeza, et al, 2017), termasuk juga strategi dalam bauran pemasarannya (Solimun, et al, 2018).

Kawasan terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka merupakan salah satu warisan budaya yang perlu dikembangkan dan dilestarikan. Terdapat nilai-nilai kearifan lokal dari bertani di daerah tersebut yang perlu dilestarikan. Kearifan budaya bertani pada daerah tersebut salah satunya adalah pembuatan teras-teras membentuk terasering untuk menghindari erosi tanah dan menahan air pada kondisi lahan di perbukitan. Pengembangan kawasan ini perlu dilakukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar dengan tanpa merubah adat tradisi masyarakat. Sejarah dan budaya terasering panyaweuyan perlu dilestarikan dan dikembangkan sebagai potensi agrowisata yang profesional. Agrowisata ini sudah banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai daerah di tanah air.

Namun demikian, agrowisata terasering ini masih menyisakan permasalahan yang perlu dikaji salah satunya terkait dengan kepuasan masyarakat akan akses dan layanan yang masih belum optimal, juga belum profesionalnya pengelola sehingga terlihat manajemen yang masih rendah. Melihat fenomena di atas, maka dinilai perlu dilakukan penelitian mengenai evaluasi kepuasan konsumen terhadap agrowisata ini dan bagaimana dampaknya terhadap pengembangan ke depannya. Penelitian ini penting dilakukan karena pemahaman kepuasan dan sikap pengunjung penting diperhatikan oleh pengelola agrowisata (Kusumawati, dkk., 2024), belum lagi layanan berbasis teknologi (transformasi digital) yang berdampak pada kepuasan pengunjung, loyalitas, dan perilaku juga perlu untuk dikaji (Vijay & Priyanka, 2024). Loyalitas pengunjung ini sangat penting dikaji karena dapat meningkatkan kinerja secara keseluruhan dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pengunjung potensial (F Javed & Cheema, 2017).

MATERI DAN METODE

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di kawasan agrowisata Panyaweuyan yang berada di Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2024. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa kawasan agrowisata tersebut merupakan kawasan agrowisata yang cukup representatif yang ada di Kabupaten Majalengka.

Jenis, Cara dan Sumber Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah data mengenai evaluasi kepuasan pengunjung agrowisata Panyaweuyan dan dampaknya terhadap pengembangan agrowisata Panyaweuyan itu sendiri. Sedangkan data sekunder yang digunakan meliputi data letak geografis agrowisata, telaah pustaka dari jurnal dan sumber pendukung lainnya. Data-data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SCI dan Fishbein. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik survey dengan menyebarkan beberapa angket dan kuisisioner, serta melalui teknik wawancara.

Teknik Pengambilan Sampel

Penarikan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* terhadap masyarakat pengunjung/ wisatawan yang berkunjung ke kawasan agrowisata dengan batasan minimal 60 orang. Dasar pertimbangannya adalah mengabil 10% dari jumlah wisatawan yang datang per minggunya. Dari catatan pengelola menyatakan bahwa jumlah pengunjung per minggu rata-rata mencapai 600 orang.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Customern satisfaction index (CSI)* dan *Importance performance analysis (IPA)*. Adapun lebih detai mengenai analisis-analisis tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Analisis *Customern satisfaction index (CSI)*

Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan terhadap agrowisata Terasering Panyaweuyan.

Tahapan Analisis adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan atribut-atribut yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.
- b. Melakukan penilaian tingkat kepuasan, tahap ini wisatawan atau pengunjung menilai tingkat kepuasan mereka terhadap setiap atribut.
- c. Penilaian tingkat kepentingan, pada tahapan ini wisatawan atau pengunjung menilai tingkat kepentingan masing-masing atribut.
- d. Selanjutnya untuk menghitung *Weighted Satisfaction Score (WSS)* adalah dengan mengalikan variable kepuasan dan kepentingan.
- e. Menghitung CSI dengan menggunakan rumus berikut :
- f.

$$CSI = \frac{\sum WSS}{\sum \text{Bobot kepentingan}} \times 100\%$$

Tabel 1. Interpretasi CSI

Nilai	Kriteria
81%-100%	Sangat puas
66%-80%	Puas
51%-65%	Cukup puas
35%-50%	Kurang puas
0 – 34%	Tidak puas

2. Analisis *Important Performance Analysis* (IPA)

Analisis ini dilakukan dengan menentukan prioritas perbaikan atau pengembangan dengan membandingkan antara tingkat kepentingan dan kinerja aktual suatu produk atau layanan. Tahapan analisisnya adalah sebagai berikut :

- a. Tentukan atribut yang dievaluasi oleh konsumen.
- b. Menilai tingkat kepentingan dan kinerja yaitu wisatawan atau pengunjung menilai tingkat kepentingan dan kinerja aktual untuk setiap atribut.
- c. Memploting matriks IPA yaitu dengan memetakan atribut-atribut ke dalam matriks dua dimensi dengan sumbu X sebagai kinerja dan sumbu Y sebagai kepentingan. Matriks IPA terdiri dari empat kuadran: yaitu (1) Kuadran I (Fokus Utama): Kinerja rendah, kepentingan tinggi. Harus menjadi prioritas perbaikan. (2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Kinerja tinggi, kepentingan tinggi. Tetap dipertahankan. (3) Kuadran III (Prioritas Rendah): Kinerja rendah, kepentingan rendah. Tidak menjadi prioritas. (4). Kuadran IV (Berlebihan): Kinerja tinggi, kepentingan rendah. Bisa mengurangi alokasi sumber daya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan atribut yang digunakan sebagai indikator dalam mengukur kepuasan Agrowisata Panyaweuyan ini. Tingkat kepuasan pengunjung yang diukur menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 74,95% termasuk dalam kategori puas (Tabel 1). Namun, dari hasil analisis tersebut masih terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan pengunjung juga ikut meningkat. Hal ini sejalan dengan analisis pengukuran tingkat kinerja dengan kepentingan yang diukur dengan menggunakan analisis *Important Performance Analysis* (IPA) (Tabel 2).

Selanjutnya pada analisis IPA terlebih dahulu ditentukan prioritasnya dengan mengukur tingkat kesesuaiannya, kemudian dilakukan pemetaan atribut dengan menggunakan diagram kartesius seperti Gambar 1. Dari 21 atribut yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung agrowisata panyaweuyan dengan menggunakan analisis IPA maka diperoleh hasil yang menerangkan bahwa sebanyak 16 atribut berada pada kuadran I (prioritas utama) yaitu A16, A5, A17, A9, A4, A10, A2, A8, A3, A18, A11, A13, A7, A6, dan A14. Kemudian 3 atribut yang berada pada kuadran II (pertahankan prestasi) yaitu A1, A15 dan A19 dan 2 atribut yang ada pada kuadran III (prioritas rendah) yaitu A12 dan A21.

Dari atribut yang ada pada kuadran I, 3 yang paling prioritas untuk terlebih dahulu dilakukan perbaikan adalah A16 (pemandangan alam) menduduki posisi pertama, diikuti atribut A5 (prosedur pelayanan) dan atribut A17 (manfaat kunjungan). Pada kuadran ini memuat nilai keinginan atau kepuasan pengunjung yang tinggi tapi kepuasannya rendah. Variabel-variabel ini, tentunya menjadi prioritas utama yang mesti dikaji, dikoreksi maupun dievaluasi agar tujuan pengembangan agrowisata Panyaweuyan bisa terwujud dan berjalan dengan optimal. Maka sebagai langkah atau upaya pengembangan Agrowisata Panyaweuyan menjadi tempat wisata yang mendunia, perlu ada upaya dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dengan interview yang lebih mendalam. Selain itu, karena agrowisata merupakan sebuah bisnis wisata pertanian, namun basis pengembangannya lebih fokus kepada wisata alam (pertanian) dan gaya hidup pedesaan maka yang menjadi fokus pengunjung untuk kepuasannya adalah pemandangan alamnya.

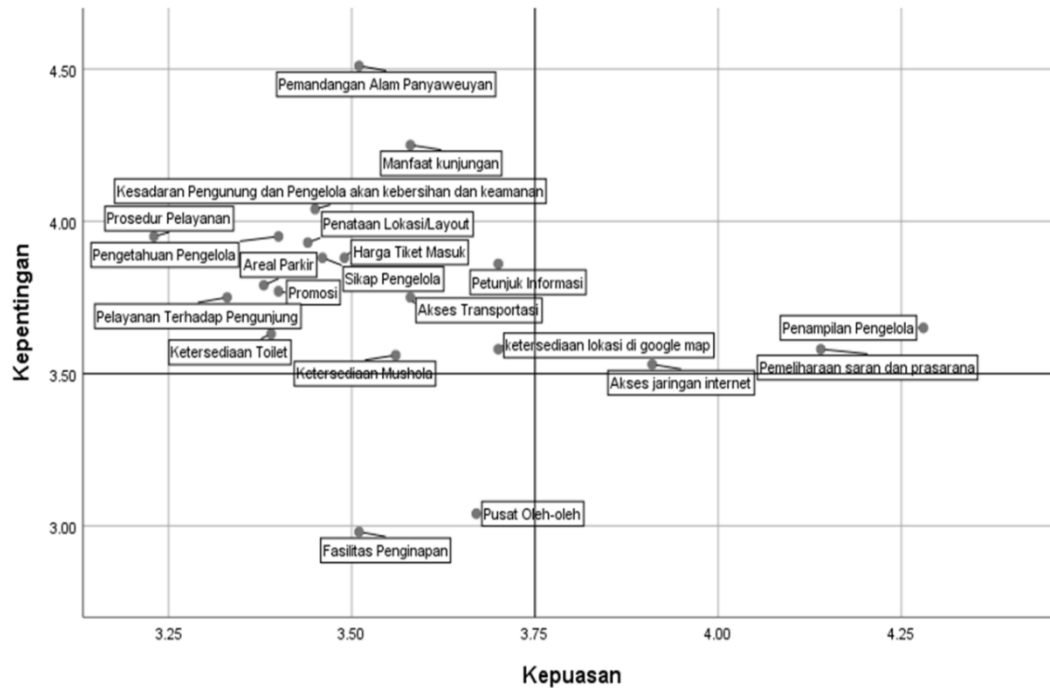
Pengelola maupun pemerintah dapat melakukan upaya perbaikan secara masif guna menjaga keindahan agrowisata sepanjang tahun serta dalam hal panganekaragaman komoditas tanaman yang ditanam dengan tujuan membuat bukit yang terhampar dapat indah berwarna warni. Dengan diupayakannya hal tersebut tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung sehingga pengunjung dapat melakukan kunjungan berkali-kali dan dapat mengundang minat calon pengunjung lainnya.

Tabel 2. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA)

Variabel	Analisis Csi					Analisi IPA			
	Kode	MIS	MSS	WF	MS	Y	X	TKi(%)	Urutan prioritas
a. Penampilan pengelola	H1	3,65	4,28	4,86	20,81	3,65	4,28	117,31	19
b. Pelayanan terhadap pengunjung	H2	3,75	3,33	5,00	16,67	3,75	3,33	88,79	7
c. Sikap pengelola	H3	3,88	3,46	5,16	17,85	3,88	3,46	89,14	9
d. Pengetahuan pengelola	H4	3,95	3,40	5,26	17,89	3,95	3,40	86,22	5
e. Prosedur pelayanan	H5	3,95	3,23	5,26	16,97	3,95	3,23	81,78	2
f. Petunjuk informasi	H6	3,86	3,70	5,14	19,03	3,86	3,70	95,91	14
g. Akses transportasi	H7	3,75	3,58	5,00	17,90	3,75	3,58	95,33	13
h. Areal parkir	H8	3,79	3,38	5,05	17,03	3,79	3,38	89,06	8
i. Kesadaran Pengunjung dan Pengelola akan kebersihan dan keamanan	H9	4,04	3,42	5,37	18,39	4,04	3,42	84,78	4
j. Penataan lokasi/layout	H10	3,93	3,44	5,23	18,00	3,93	3,44	87,50	6
k. Promosi	H11	3,77	3,40	5,02	17,10	3,77	3,40	90,23	11
l. Fasilitas penginapan	H12	2,98	3,51	3,97	13,94	2,98	3,51	117,65	20
m. Ketersediaan toilet	H13	3,63	3,39	4,84	16,38	3,63	3,39	93,24	12
n. Ketersediaan mushola	H14	3,56	3,56	4,74	16,89	3,56	3,56	100,00	15
o. Pemeliharaan saran dan prasarana	H15	3,58	4,14	4,77	19,74	3,58	4,14	115,69	18
p. Pemandangan alam panyaweuyan	H16	4,51	3,51	6,01	21,07	4,51	3,51	77,82	1
q. Manfaat kunjungan	H17	4,25	3,58	5,65	20,24	4,25	3,58	84,30	3
r. Harga tiket masuk	H18	3,88	3,49	5,16	18,03	3,88	3,49	90,05	10
s. Akses jaringan internet	H19	3,53	3,91	4,70	18,37	3,53	3,91	110,95	17
t. Ketersediaan lokasi di google map	H20	3,58	3,70	4,77	17,65	3,58	3,70	103,43	16
u. Pusat oleh-oleh	H21	3,04	3,67	4,04	14,82	3,04	3,67	120,81	21
		78,84	75,08		374,76	3,75	3,58	95,22	

Keterangan : MIS : Mean Importance Skor; MSS : Mean Satisfaction Score; WF : Weight Factors; MS : Y :Kepentingan; X: Kinerja; % : Tingkat Kepentingan
 sumber : data primer diolah, 2024.

Kemudian prosedur layanan yang dinilai belum memuaskan juga dapat diperbaiki dengan proses pelatihan maupun pembinaan yang dilakukan pemerintah melalui dinas terkait kepada pengelola yang dalam hal ini masyarakat sekitar lokasi Panyaweuyan. Dengan dibekalnya masyarakat berupa pengetahuan dalam pengelolaan agrowisata diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang perancangan prosedur layanan terhadap pengunjung. Selanjutnya untuk manfaat kunjungan juga dinilai perlu diperbaiki. Seperti yang diungkapkan oleh Sznajder et al (2009) mengatakan bahwa agrowisata memiliki tiga manfaat yaitu sosio-psikologis, ekonomis dan lingkungan. Pengunjung dalam penelitian ini menilai bahwa atribut untuk manfaat kunjungan dirasa masih kurang maksimal. Kemungkinan ini karena kebutuhan sosio-psikologis pengunjung belum terpenuhi. Sehingga perlu perbaikan pada atribut ini agar dapat meningkatkan kepuasan dan nilai kebermanfaatn bagi pengunjung.



Gambar 1. Pemetaan atribut agrowisata panyaweuyan
Sumber : Data primer

Selanjutnya untuk kuadran II, kuadran ini merupakan kuadran ideal. Atribut yang masuk dalam kuadran dua adalah variable penampilan pengelola, pemeliharaan sarana prasarana, dan akses internet. Setiap variable yang ada dalam kuadran ini termasuk variable dengan tingkat kepentingan dan kepuasan yang cukup tinggi. Artinya bahwa pengunjung menilai variable yang ada dalam kuadran ini kinerjanya dinilai penting dan sudah menunjukkan kinerja yang baik.

Variabel dalam kuadran 3 yaitu, pusat oleh-oleh dan fasilitas penginapan. Artinya bahwa setiap variable yang berada dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kepuasan yang rendah. Pengunjung menilai bahwa variable pada kuadran ini dinilai kurang penting, sehingga tidak perlu diupayakan secara berlebihan.

Hasil evaluasi mengenai kepuasan wisatawan tentunya dapat menjadi dasar dalam pengembangan yang lebih terarah bagi agrowisata terasering Panyaweuyan itu sendiri. Kedepannya pembenahan dan perbaikan diharapkan bukan hanya pada fasilitas fisik semata melainkan juga pada nilai-nilai budaya dan interaksi dengan masyarakat lokal yang dapat meningkatkan pengalaman baru dan bermakna bagi para wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Andayani, et.al (2022) yang mengatakan bahwa dalam pengembangan agrowisata Panyaweuyan ini diperlukan dukungan yang sinergi antara pemerintah dan masyarakat. Artinya bahwa selain dukungan fisik berupa fasilitas pendukung yang dibangun pemerintah, pengembangan agrowisata Panyaweuyan juga memerlukan peran serta masyarakat lokal dalam menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya pertanian sebagai bentuk atau upaya untuk pengembangannya. Selain itu, dengan adanya evaluasi ini diharapkan ekonomi masyarakat lokal juga mengalami peningkatan dan agrowisata terasering Panyaweuyan ini menjadi agrowisata yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah tingkat kepuasan pengunjung agrowisata panyaweuyan berada dalam kategori puas (74,95%) dan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung tiga diantaranya adalah pemandangan alam, prosedur pelayanan dan manfaat kunjungan yang dirasakan pengunjung. Sehingga disarankan

bagi pengelola ataupun pemerintah melalui pihak terkait untuk bisa melakukan prioritas perbaikan melalui penataan kembali kawasan agroekowisata menjadi lebih menarik, meningkatkan pelatihan dan pengembangan *soft skill* pengelolaan agrowisata guna meningkatkan kepuasan pengunjung dan meningkatkan jumlah kunjungan agrowisata panyaweuyan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa dalam penyusunan dan publikasi artikel ini tidak ada konflik kepentingan yang dapat mempengaruhi hasil maupun interpretasi data. Semua pihak yang berkontribusi dalam penulisan artikel ini telah tercantum dengan jelas dalam daftar penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP2MI Universitas Majalengka yang telah memberikan pendanaan untuk penelitian ini, Fakultas Pertanian yang senantiasa memotivasi dan memberikan dukungan penelitian ini serta semua pihak yang telah membantu terlaksana dan terselesaikannya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S., Umyati, S., Dinar, Tampubolon, G., Ismail, A., Dani, U., Nugraha, D. & Turnip, A. (2022). Prediction model for agro-tourism development using adaptive neuro-fuzzy inference system method. *Open Agriculture*, 7(1), 644-655. <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0086>
- A., V., Vetkina., L., I., Saidova., Rafik, Mudarisov. (2024). Global trends in tourism development in the era of globalization. *Международная торговля и торговая политика*, doi: 10.21686/2410-7395-2024-2-33-45
- Deepak, Chhabra. (2024). Sustainable Marketing of Agro-Tourism: The Socio-cultural Perspective. *International journal of health management and tourism*, doi: 10.31201/ijhmt.1557458
- Mura Ladislav, Kljucnikov, Aleksandr. (2018). "Small Business in Rural Tourism and Agro Tourism: Study from Slovakia, Economic and Sociology. *Ternopil Vol 11 Iss 3*. 286-300
- Vaugeois, Nicole L. 2019. "Exposure-Investment Return Continuum in Agritourism". *TTRA Canada 2019 Conference* 13. https://scholarworks.umass.edu/ttracanada_2019_coneference/13
- Gasimova, G., Mustafayev, T., & Gasimov, I. (2025). The role of agritourism in the development of regions. *BIO Web of Conferences*, 151, 03014. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202515103014>
- Komarynets, S., Mykhalchyshyn, N., & Mashtalir, S. (2022). International tourism management based on the sustainable development. 1(30). <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2022-1-1>
- Yu, W., & Spencer, D. M. (2020). A qualitative study of visitors to small-scale farms on a tropical Island. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 389-400. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1710678>
- Soldatenko, D., & Backer, E. (2019). A content analysis of cross-cultural motivational studies in tourism relating to nationalities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 122-139. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.12.004>

- Westwood, C., Schofield, P. and Berridge, G. (2018), "Agricultural shows: visitor motivation, experience and behavioural intention", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 9 No. 2, pp. 147-165. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2017-0050>
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540-556.
- Kusumawati, M., Yuristia, R., & Sukiyono, K. (2024). Analisis Kepuasan Pengunjung Agrowisata Kebun Teh Tebing Wetan Di Desa Tangsi Duren Kecamatan Kabupaten Kepahiang. *JEPERTA-Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(2), 39-50.
- Vijay, J., & Priyanka, U. (2024). Digital Transformation in Customer Experience and Behavior. *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and e-Services Book Series*, 251–274. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4466-8.ch010>
- Javed, F., & Cheema, S. (2017). Customer satisfaction and customer perceived value and its impact on customer loyalty: the mediational role of customer relationship management. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(S8).
- Sznajder, M., Prezezbórska, L., & Scrimgeour, F. (2009). Agritourism. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 197-199.