



Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Layanan Objek Wisata Tebing Suban, Kabupaten Rejang Lebong

Ririn Nurhalizah^{1*}, Dwita Prisdinawati², Mira Yanuarti³, Dodi Aprianto⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pat Petulai, Kabupaten Rejang Lebong, Curup, Indonesia

korespondensi Penulis: rinnurhalizah1309@icloud.com

Abstract. This research was conducted in February-April 2025 at the Tebing Suban Tourism, Talang Ulu Village, East Curup, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency. So the purpose of this study was to determine visitor satisfaction with the services of the Tebing Suban tourist attraction, Rejang Lebong Regency. The method used in this sampling was by Accidental Sampling, a sampling technique based on coincidence, namely anyone who accidentally meets the researcher can be used as a sample, if it is considered that the person who happened to be met is suitable as a data source. The data analysis method used is quantitative descriptive and data processing is carried out using the help of the SPSS (Statistical Program for Social Science) and Microsoft Excel applications which are presented in the form of tables and tabulations, then data measurements are carried out with visitor satisfaction tools, namely Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). the results of the research that has been done, then several conclusions can be drawn, namely the results of the Importance Performance Analysis (IPA) based on the Cartesian diagram show that of the 20 service performance attributes of the Tebing Suban Tourism Object, there are 5 attributes that are considered very important and are the main priority in determining visitor satisfaction. Based on the calculation of the Customer Satisfaction Index (CSI), the satisfaction index value is 79.36%. This value is obtained from the Weighted Score divided by the Likert Scale value range.

Keywords: Satisfaction, Visitors, Tourism Objects, Rejang Lebong

Abstrak. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-April 2025 di Wisata Tebing Suban desa Talang Ulu Curup Timur Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengunjung terhadap pelayanan objek wisata Tebing Suban Kabupaten Rejang Lebong. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan cara *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Metode analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dan *Microsoft Excel* yang disajikan dalam bentuk table dan tabulasi, selanjutnya dilakukan pengukuran data dengan alat kepuasan pengunjung yaitu *Importance Performance Anlysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa Kesimpulan yaitu Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan diagram kartesius menunjukkan bahwa dari 20 atribut kinerja layanan Objek Wisata Tebing Suban tersebut terdapat 5 atribut yang dianggap sangat penting dan merupakan prioritas utama dalam menentukan kepuasan pengunjung. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), nilai indeks kepuasan sebesar 79,36%. Nilai tersebut didapat dari *Weighted Score* dibagi dengan rentang nilai Skala Likert.

Kata Kunci: Kepuasan, Pengunjung, Objek Wisata, Rejang Lebong

1. LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki beraneka ragam destinasi pariwisata yang dapat dikunjungi baik wisata alam maupun wisata buatan. Berbagai destinasi wisata tersebut memberikan keindahan yang beraneka ragam. pariwisata juga mampu menghidupkan kembali tradisi, dan pelestarian lingkungan serta dapat memberikan kontribusi untuk penciptaan lapangan kerja, kegiatan produksi, pertumbuhan sektor swasta, dan pembangunan infrastruktur. Pariwisata mencakup

kegiatan yang dilakukan oleh orang selama perjalanan mereka dan tinggal di tempat-tempat yang berbeda dari lingkungan mereka dan tinggal di tempat yang berbeda dari lingkungan mereka sehari-hari untuk rekreasi, bisnis, dan tujuan lainnya (Irine Elsa Maya, 2022).

Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik dari jumlah sarana wisata yang harus disediakan maupun pada mutu pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini puas dan tidak puasnya wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata tergantung dari daya tarik wisata dan fasilitas layanan yang ada di tempat wisata tersebut. Menurut (Susetyarini and Masjhoer, 2018). Peningkatan fasilitas atau sarana penunjang sangat penting untuk kebutuhan wisatawan sewaktu-waktu diperlukan, peningkatan kualitas fasilitas menjadi tolak ukur keberhasilan suatu wisata yang diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Penyediaan fasilitas merupakan salah satu permasalahan yang sering terjadi di kawasan pariwisata. Kurangnya penyediaan fasilitas pariwisata menyebabkan ketertarikan wisatawan berkurang untuk mengunjungi kawasan wisata tersebut (Zebua 2018).

Kabupaten Rejang Lebong merupakan kabupaten yang memiliki banyak potensi terutama pada bidang pariwisata. Keindahan suasana alamnya yang masih alami merupakan pesona utama pada setiap objek wisatanya. Kabupaten Rejang Lebong mempunyai kemampuan tidak kalah menarik dengan wilayah tujuan wisata lainnya di Indonesia. Kabupaten Rejang Lebong mempunyai banyak objek wisata yang dapat dikunjungi seperti wisata alam, agrowisata, wisata seni budaya, wisata peninggalan sejarah dan lain sebagainya. Kabupaten Rejang Lebong memiliki kekayaan alam yang sangat berlimpah, kaya produk hortikultura termasuk klori kulturenya pengembangan agro wisata kebun bunga akan mempunyai manfaat lebih seperti dari menjual jasa dari objek dan daya tarik keindahan alam, budidaya tanam agro. Kebun bunga yang ada di Kabupaten Rejang Lebong. Usaha kebun bunga merupakan usaha yang menjanjikan dan memiliki keunggulan yang relatif tinggi.

Wisata tebing suban merupakan salah satu wisata yang ada di Kabupaten Rejang Lebong, tepatnya berada di Desa Talang Ulu Kecamatan Curup Timur Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Wisata Tebing Suban berada di dataran tinggi dengan suhu yang dingin dan segar yang menawarkan pemandangan keindahan Desa Talang Ulu dan sekitarnya, keberagaman tanaman terutama Florikultura menjadikan tempat ini menarik bagi wisatawan. Objek Wisata Tebing Suban secara umum relatif diminati masyarakat terutama pada hari libur atau akhir pekan pada umumnya masyarakat yang mengunjungi objek Wisata Tebing Suban memiliki tujuan ingin bersantai menikmati keindahan alam. Menikmati menu makanan yang di sediakan *cafe* Tebing Suban mulai dari makanan berat hingga makanan ringan dan

menawarkan minuman khas seperti kopi dengan berbagai varian dan minuman segar lainnya yang terbuat dari bahan alami.

Jumlah kunjungan pada objek wisata berkaitan erat dengan pengembangan suatu objek wisata. Beberapa faktor diketahui dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan pada suatu objek wisata, antara lain hari berkunjung, kinerja pemasaran objek wisata, pelayanan yang diberikan, juga kinerja atribut wisata. Kepuasan pengunjung menjadi hal penting yang ingin dicapai dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Objek Wisata Tebing Suban Kabupaten Rejang Lebong”

2. KAJIAN TEORITIS

a) Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.

b) Kepuasan Pengunjung

Kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harap-harapannya. Kepuasan pengunjung dapat diartikan sebagai perasaan yang muncul setelah membandingkan antara harapan yang dimiliki terhadap suatu objek wisata dengan apa yang sesungguhnya dirasakan setelah mengunjungi suatu objek wisata yang terkait dengan atribut wisata. Kepuasan pengunjung adalah suatu hal yang menjadi tujuan dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata. Jika seseorang merasa puas, maka besar kemungkinan seseorang tersebut akan tertarik untuk mengunjungi kembali objek wisata yang sama.

c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Irawan (2003), terdapat lima faktor utama yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan suatu produk atau jasa, antara lain:

- a. Kualitas produk

Semakin berkualitas suatu produk baik barang maupun jasa, konsumen atau pelanggan akan merasa semakin puas. Oleh sebab itu, kualitas barang atau jasa sangat penting diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Kualitas pelayanan

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan oleh produsen atau pengelola juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan. Semakin baik pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), dimensi kualitas pelayanan terdiri dari lima hal, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti langsung).

c. Faktor emosional

Faktor emosional berkaitan dengan perasaan bangga pelanggan saat menggunakan produk tertentu karena memiliki keyakinan bahwa adanya kekaguman orang lain terhadap produk yang digunakan pelanggan sehingga menjadi kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan tersebut berasal dari *self-esteem* atau *social value* yang menjadikan pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu.

d. Harga

Harga juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan tentunya akan lebih menyukai produk dengan kualitas yang sama namun memiliki harga yang lebih murah.

e. Biaya dan kemudahan memperoleh

Biaya dan kemudahan dalam memperoleh suatu barang/jasa juga berpengaruh terhadap kepuasan. Bila pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan ataupun upaya lebih untuk memperoleh barang/jasa yang diinginkan, maka pelanggan akan merasa lebih puas.

d) Hipotesis

Dugaan sementara dalam penelitian ini adalah bahwa tingkat kepuasan objek wisata Tebing Suban terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan yang diberikan oleh staf objek wisata terhadap kepuasan pengunjung, maka dari itu penelitian ini akan dilakukan terlebih dahulu untuk mencari peluang dan kendala dalam usaha objek wisata tebing. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap layanan yang diterapkan pada objek wisata tebing suban.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-April 2025 di Wisata Tebing Suban desa Talang Ulu Curup Timur Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan yang dilakukan dalam pemilihan lokasi Wisata Tebing Suban adalah merupakan salah satu Wisata lokal yang memanfaatkan suasana alam yang asri.

Metode Penentuan Sample dan Populasi

Metode untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus Slovin, dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti. Besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Keterangan: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai kritis (batas kesalahan) yang diinginkan adalah 10% (0,1)

Dari rumus diatas didapat angka sebagai berikut:

$$n = \frac{500}{500 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 83,333$$

Maka jumlah sampel yang digunakan setelah dibulatkan yaitu sebanyak 84 responden

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*) dan *Microsoft Excel* yang disajikan dalam bentuk table dan tabulasi, selanjutnya dilakukan pengukuran data dengan alat kepuasan pengunjung yaitu *Importance Performance Anlysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dapat mengetahui atribut mana yang harus di prioritaskan dalam perbaikan kinerja berdasarkan penelitian konsumen. Cara pengujian kepuasan pengunjung dengan menggunakan hubungan antara kepentingan (Y)

dengan kinerja (X) dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari kepuasan pengunjung tersebut. Tingkat kepentingan merupakan seberapa penting atribut kinerja layanan bagi kepuasan pengunjung terhadap kinerja atribut. Adapun skor tingkat kepentingan adalah:

- a. Sangat Tidak Penting (STP), diberi skor 1
- b. Kurang Penting (KP), diberi skor 2
- c. Cukup Penting (CP), diberi skor 3
- d. Penting (P), diberi skor 4
- e. Sangat Penting (SP), diberi skor 5

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) besar range untuk tiap kelas adalah :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas dalam penelitian ini digunakan skala maksimal

Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode pengukuran indeks kepuasan pelanggan CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut

1. Menghitung Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS), yaitu menghitung rata-rata skor kepentingan dan skor kinerja tiap responden.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \text{dan} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan

n = Jumlah konsumen

Y_i = Nilai kepentingan Y ke-i

X_i = Nilai kinerja atribut X ke i

2. Menghitung Weight Factors (WF), yaitu fungsi dari median Tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk persentase (%) dari total skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^n MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

p = Atribut kepentingan ke-p

i = Atribut mutu pelayanan ke- i

MIS_i = Skor rata-rata kepentingan atribut ke- i

3. Menghitung Weight Score (WS), yaitu perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan atau Mean Satisfaction Score (MSS) dari masing-masing atribut.

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Keterangan :

i = Atribut mutu kinerja ke- i

WF = Weight Factors

MSS = Skor rata-rata kinerja atribut ke- i

4. Menghitung Customer Satisfaction Indexs (CSI), yaitu perhitungan dari WS dibagi skala maksimal atau Highest Scale (HS) kemudian dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

p = Atribut kepentingan ke- p

WS = Weight Score

HS = Highest Scale atau skala maksimum yaitu 5

Tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria berikut ini (Insan Pebruwandi Saragih* 2020)

- 0,00-0,34 = Tidak Puas
- 0,35-0,50 = Kurang Puas
- 0,51-0,65 = Cukup Puas
- 0,66-0,80 = Puas
- 0,81-1,00 = Sangat Puas

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Karakteristik Responden

Responden yang berpartisipasi dalam studi ini merupakan wisatawan yang mengunjungi destinasi Tebing Suban yang terletak di wilayah Kabupaten Rejang Lebong di Provinsi Bengkulu. Para partisipan ini dipilih dari kalangan pengunjung yang sedang menikmati objek wisata tersebut sebagai sampel penelitian yang representatif untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	persentase	Jumlah
Perempuan	60,71%	51
laki-laki	39,29%	33
Total	100,00%	84

Sumber: Data Primer diolah 2025

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan

Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Kunjungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Karakteristik berdasarkan Tingkat Kunjungan

karakteristik berdasarkan tingkat kunjungan	Persentase	Jumlah
> 1 Kali	41,67%	35
1 Kali	58,33%	49
Total	100,00%	84

Sumber: Data Primer diolah 2025

Mayoritas responden (58,33% atau 49 orang) merupakan pengunjung pertama kali, menunjukkan bahwa sebagian besar sampel adalah pengunjung baru. Sementara itu, responden yang sudah berkunjung lebih dari 1 kali mencapai 41,67% (35 orang). Perbandingan ini menunjukkan bahwa meskipun pengunjung baru mendominasi, namun terdapat proporsi yang cukup signifikan dari pengunjung yang sudah pernah datang sebelumnya (repeat visitors). Hal ini mengindikasikan adanya daya tarik yang membuat sebagian pengunjung kembali lagi, meskipun tingkat kunjungan ulang belum mencapai mayoritas. Pola ini umum terjadi pada lokasi wisata atau layanan yang sedang berkembang, di mana word-of-mouth dan pengalaman positif mulai menarik pengunjung berulang.

Importance Perfomance Analysis (IPA)

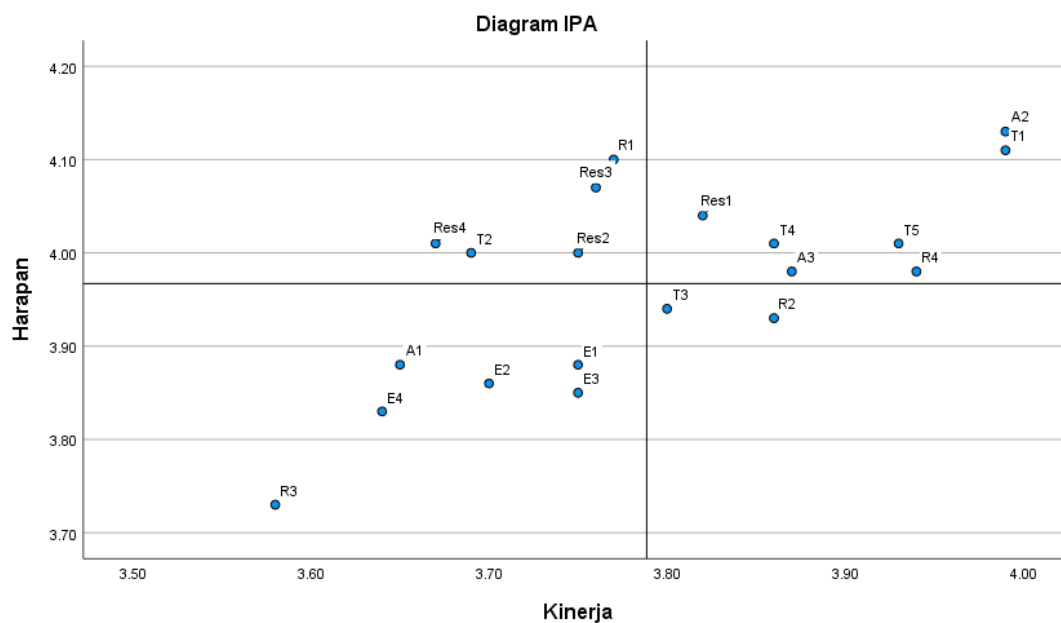
Hasil Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Layanan Tebing Suban

No	Indikator	X	Y	TK	Xi	Yi
1	R1	317	344	92,15%	3,77	4,10
2	R2	324	330	98,18%	3,86	3,93

3	R3	301	313	96,17%	3,58	3,73
4	R4	331	334	99,10%	3,94	3,98
5	Res1	321	339	94,69%	3,82	4,04
6	Res2	315	336	93,75%	3,75	4,00
7	Res3	316	342	92,40%	3,76	4,07
8	Res4	308	337	91,39%	3,67	4,01
9	A1	307	326	94,17%	3,65	3,88
10	A2	335	347	96,54%	3,99	4,13
11	A3	325	334	97,31%	3,87	3,98
12	T1	335	345	97,10%	3,99	4,11
13	T2	310	336	92,26%	3,69	4,00
14	T3	319	331	96,37%	3,80	3,94
15	T4	324	337	96,14%	3,86	4,01
16	T5	330	337	97,92%	3,93	4,01
17	E1	315	326	96,63%	3,75	3,88
18	E2	311	324	95,99%	3,70	3,86
19	E3	315	323	97,52%	3,75	3,85
20	E4	306	322	95,03%	3,64	3,83
Total		6365	6663	95,53%	75,77	79,32

Sumber: Data Primer diolah 2025

Berdasarkan perhitungan dengan metode Importance performance analysis (IPA), maka diketahui hasil dari rata-rata kepentingan dan kinerja menjadi sumbu Y dan sumbu X pada diagram kartesius. Hasil nilai tengah pada sumbu Y menggunakan nilai rata-rata kepentingan pengunjung (79,32) dan nilai tengah pada sumbu X menggunakan nilai rata-rata seluruh kinerja (75,77). Nilai rata-rata tersebut akan digunakan dalam menentukan diagram kartesius Importance performance analysis yang dibagi menjadi empat kuadran, kemudian akan terbagi menjadi empat bagian kuadran pada diagram kartesius tersebut.



Gambar Diagram Kartesius Important Performance Analysis (IPA)

Gambar menunjukkan bahwa 20 atribut kinerja layanan Tebing Suban telah di kelompokkan menjadi empat kuadran yaitu kuadran I (prioritas utama), kuadran II (pertahankan prestasi), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (berlebihan). Garis tengah lurus digunakan untuk membedakan posisi pada setiap kuadran.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil Perhitungan *Customer satisfaction index (CSI)*

Kinerja	Miss Kinerja	Miss Harapan	WF	WS
R1	3,77	4,10	4,98	20,40
R2	3,86	3,93	5,09	20,00
R3	3,58	3,73	4,73	17,62
R4	3,94	3,98	5,20	20,68
Res1	3,82	4,04	5,04	20,35
Res2	3,75	4,00	4,95	19,80
Res3	3,76	4,07	4,96	20,21
Res4	3,67	4,01	4,84	19,41
A1	3,65	3,88	4,82	18,72
A2	3,99	4,13	5,26	21,74
A3	3,87	3,98	5,11	20,30
T1	3,99	4,11	5,26	21,62
T2	3,69	4,00	4,87	19,48
T3	3,80	3,94	5,01	19,75
T4	3,86	4,01	5,09	20,42
T5	3,93	4,01	5,18	20,80

E1	3,75	3,88	4,95	19,21
E2	3,70	3,86	4,89	18,85
E3	3,75	3,85	4,95	19,03
E4	3,64	3,83	4,81	18,43
Jumlah	75,77	79,32	100,00	396,81
WT				396,81
			CSI	79,36

Sumber: Data Primer diolah 2025

Customer satisfaction index = (Total WS : skala maksimum) x 100%

= (396,81 : 5) x 100%

= 79,36%

Pengukuran tingkat kepuasan pengunjung sangat penting untuk mengetahui nilai Customer Satisfaction Index (CSI) perlu diketahui total skor dari Mean Satisfaction Score (MSS) dan Mean Importance Score (MIS) kemudian dihitung rata-rata tiap indikator dimana tiap total skor dibagi dengan jumlah sampel (n) yaitu sebanyak 84 dan seluruh nilai rata-rata pada MIS dan MSS dijumlahkan sehingga memiliki total nilai sebesar 79,32 pada MIS dan 75,77 pada MSS. Hal ini menunjukkan bahwa nilai importance atau kepentingan layanan pada pengunjung Tebing Suban tersebut memiliki nilai yang tinggi dibandingkan nilai kinerjanya. Hasil perhitungan MIS dihitung dengan Weighting Factors (WF) dengan mengubah nilai MIS dengan menjadi angka presentase dari total rata-rata tingkat ekspektasi seluruh parameter sehingga didapatkan hasilnya sebesar 100%.

Tingkat kepuasan pengunjung dihitung dengan Satisfaction Index yaitu dengan membagi WT dengan Highest Scale (HS) yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala 5 kemudian dikalikan dengan 100% maka didapatkan hasil sebesar 79,36%. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, Tebing Suban nilai indeks kepuasan sebesar 79,36%. Nilai tersebut didapat dari Weighted Score dibagi dengan rentang nilai Skala Likert, sehingga nilai indeks layanan objek Wisata Tebing Suban tersebut masuk dalam kriteria puas dikarenakan nilai indeks yang didapat masuk dalam rentang 60-80%. Hal ini dilihat dari nilai kepentingan dan kinerja dari beberapa indikator, diperlukan peningkatan sebesar 20,64% untuk mencapai nilai indeks 100% agar masuk dalam kriteria sangat puas.

Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ismi Nabila,dkk (2022) Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, agrowisata Taman Edelweis memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 71,36%. Nilai tersebut didapat dari Weighted Score dibagi dengan rentang nilai Skala Likert, sehingga nilai indeks agrowisata Taman Edelweis tersebut

masuk dalam kriteria puas dikarenakan nilai indeks yang didapat masuk dalam rentang 60-80%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik Kesimpulan bahwa hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan diagram kartesius menunjukkan bahwa dari 20 atribut kinerja layanan Objek Wisata Tebing Suban tersebut terdapat 5 atribut yang dianggap sangat penting dan merupakan prioritas utama dalam menentukan kepuasan pengunjung. atribut-atribut yang termasuk pada kuadran I yaitu Petugas wisata memiliki kemampuan dapat memberikan pelayanan dengan memuaskan sejak pertama kali (R1), wisata bersedia dalam membantu wisatawan sehingga wisatawan merasa puas (Res2), Petugas wisata memiliki daya tanggap yang cepat dalam mengatasi permasalahan wisatawan (Res3), Petugas wisata memberikan respon yang cepat dan memuaskan terhadap keinginan wisatawan (Res4), dan Petugas wisata sudah berpenampilan menarik, rapi dan sopan saat melayani wisatawan di lokasi wisata (T2). Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), nilai indeks kepuasan sebesar 79,36%. Nilai tersebut didapat dari Weighted Score dibagi dengan rentang nilai Skala Likert, sehingga nilai indeks layanan objek Wisata Tebing Suban tersebut masuk dalam kriteria puas dikarenakan nilai indeks yang didapat masuk dalam rentang 60-80%. Hal ini dilihat dari nilai kepentingan dan kinerja dari beberapa indikator, diperlukan peningkatan sebesar 20,64% untuk mencapai nilai indeks 100% agar masuk dalam kriteria sangat puas.

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai besar jawaban petani menyatakan puas terhadap kinerja yang telah dilakukan oleh Objek Wisata Tebing Suban Kabupaten Rejang Lebong, akan tetapi masih adanya atribut yang dinilai kurang memuaskan oleh pengunjung dan atribut tersebut dirasa sangat penting oleh pengunjung sehingga layanan pada Objek Wisata Tebing Suban terus meningkat atribut-atribut kinerja yang menjadi prioritas utama bagi kelompok tani. Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas secara konsisten dan berkesinambungan, diharapkan destinasi wisata dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi seluruh pemangku kepentingan.

DAFTAR REFERENSI

- Afriyandi, D. N., Sulaksana, J., & Andayani, S. A. (2020). Tingkat kepuasan petani terhadap kinerja penyuluh pertanian. *Jurnal Agrivet*, 8(1), 14–21.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179–188.
- Arsi, A. (2021). Langkah-langkah uji validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad*, 1–8. <https://osf.io/preprints/osf/m3qxs>
- Arsita, E. D., & Giriwati, N. S. S. (2022). Tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Pulau Kumala di Kutai Kartanegara. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 20(2), 97–108.
- Dewanto, A. M., & Nurhayati, S. (2015). Pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap sikap etis dan prestasi mahasiswa akuntansi (Studi pada perguruan tinggi di Kota Pekalongan). *Jurnal Ilmu Pendidikan PKN dan Sosial Budaya*, 12(3), 7.
- Ethtika, D. T. (2016). Pengembangan pariwisata berbasis budaya berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 di Kabupaten Sleman. *Kajian Hukum*, 1(2), 133–158.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., Etmy, D., & STMIK Bumigora Mataram. (2018). Uji normalitas data omzet bulanan pelaku ekonomi mikro Desa Senggigi dengan menggunakan skewness dan kurtosis. *STMIK Bumigora Mataram*, 2(1).
- Fanggidae, R. P. C., & Bere, M. L. R. (2020). Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Hakim, R. A., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *Fokus: Jurnal Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan*, 4(4), 263–268. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Hantoro, M. F. (2023). Analisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas wisata Pantai Tirang Kota Semarang.
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *STP ARS Internasional*, 3(2), 105–117.
- Irawan, H. (2003). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. PT Elex Media Komputindo.
- Klau, W. W., Fanggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Strategi pengembangan objek wisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan: Studi pada objek wisata Fulan Fehan. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(2), 53–61. <https://doi.org/10.35912/jspp.v1i2.2214>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks.
- Maya, I. E. V. (2022). Perencanaan penerapan angkutan wisata sebagai pengembangan kawasan wisata Dieng yang berkelanjutan. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(8), 1071–1072. <https://doi.org/10.46799/jsa.v3i8.469>
- Nabila, I., Yudhari, I. D. A. S., & Dewi, I. A. L. (2022). Analisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali.

- Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 11(1), 200.
<https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i01.p19>
- Nugraha, R. N., & Virgiawan, F. (2022). Pengembangan daya tarik wisata di objek wisata Telaga Arwana Cibubur. *Universitas Nasional Jakarta*, 3(6), 6445–6454.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu pariwisata: Sebuah pengantar perdana*. PT Pradnya Paramita.
- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 3(3), 54–63.
- Rahman, M. S. (2019). Aplikasi rekapitulasi kuesioner hasil proses belajar mengajar pada STMIK Indonesia Banjarmasin menggunakan Java. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 10(3), 165. <https://doi.org/10.31602/tji.v10i3.2231>
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., & Warella, Y. (2020). *Pengantar pariwisata*. Yayasan Kita Penulis.
- Saragih, I. P., & Retang, E. U. K. (2020). Analisis tingkat kepuasan petani padi sawah terhadap kinerja penyuluh pertanian lapangan di Kecamatan Pandawai Kabupaten Sumba Timur, 14–21.
- Sari, A. N., & Suyuthie, H. (2022). Pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Pulau Angso Duo Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1130–1134. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3029>
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia*. Kanisius.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar manajemen produksi dan operasi*. Salemba Empat.
- Susetyarini, O., & Masjhoer, J. M. (2018). Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas umum, prasarana umum, dan fasilitas pariwisata di Malioboro pasca revitalisasi kawasan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(1), 41. <https://doi.org/10.47256/kji.v12i1.493>
- Swabawa, A., Pemayun, I. D. G., & Sutiarto, A. (2022). *Manajemen bisnis pariwisata*. Pascal Books.
- Syukrannisa, W. (2019). Survei tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba. *Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba*, 3.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction* (pp. 18–24). Andi Offset.
- Trecylia, V., & Marlina, L. (2023). Analisis kepuasan pengunjung dan potensi pengembangan pada objek wisata Pantai Mutun di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(3), 181. <https://doi.org/10.23960/jiia.v11i3.7368>
- Usmadi. (2020). Pengujian persyaratan analisis. *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62.
- Wawo, M. (2018). Tourism economic valuation of Hunimua Beach, Liang Village Salahutu Sub-District, Central Moluccas. *Tourism Economic Valuation*, January 2009.

- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20), 1–22.
- Zebua, F. N. (2018). Persepsi wisatawan terhadap fasilitas objek wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Planologi Unpas*, 5(1), 897.
<https://doi.org/10.23969/planologi.v5i1.926>