

**PENGARUH TATA LETAK FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP
KENYAMANAN PENGUNJUNG DI WISATA KEBOEN KOPI
KARANGANJAR BLITAR**

Oleh
RIZA ADITYAWATI



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**





LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Tata Letak Fasilitas dan Pelayanan terhadap
 Kenyamanan Pengunjung di Wisata Keboen Kopi
 Karanganyar Blitar

Nama : Riza Adityawati

NIM : 145040101111077

Program Studi : Agribisnis

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Kedua,



Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.

Heptari Elita Dewi, SP., MP.

NIP. 19540305 198103 1 005

NIK. 201609 900709 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian



Mangku Purpomo, SP., M.Si., Ph.D.

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan: 25 JUN 2019



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II



Wisynu Ari Gutama, SP., MMA.
NIP. 19760914 200501 1 002



Heptari Elita Dewi, SP., MP.
NIK. 201609 900709 2 001

Penguji III



Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP. 19540305 198103 1 005

Tanggal Lulus:

25 JUN 2018



PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil dari penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dari pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan secara tertulis ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Malang, Agustus 2018

Riza Adityawati



"My Success is Only by Allah" (Hud:88)

Karya Ilmiah ini Saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua, saudara-saudara saya yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada saya. Terimakasih saya ucapkan kepada semua pihak serta teman-teman yang telah banyak membantu serta memberikan dorongan dan doa dalam setiap langkah yang saya lalui.

RINGKASAN

Riza Adityawati. 145040101111077. Pengaruh Tata Letak Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kenyamanan Pengunjung di Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Di bawah Bimbingan Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Heptari Elita Dewi, SP., MP. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping.

Pariwisata menjadi hal yang sangat diperlukan oleh setiap manusia, karena semakin lama seseorang melakukan aktivitas dalam kesibukannya maka peluang untuk menenangkan pikiran dengan berwisata akan menjadi pilihan utama. Perkembangan pariwisata di Indonesia yang saat ini kian meningkat dan menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung roda perekonomian negara. Perkembangan suatu daerah menjadi tempat wisata dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu diantaranya adalah menarik untuk wisatawan, terdapat fasilitas-fasilitas dan atraksi, lokasi geografis, jalur transportasi, stabilitas politik, lingkungan yang sehat dan tidak ada larangan (Mujanah, ratnawati, & Andayani, 2016). Menurut Kalangi, Lapijan, & Jorie (2016) subsistem dari komponen fasilitas yang perlu mendapatkan perhatian dan pengelolaan yaitu kondisi objek wisata, yang mencakup tata ruang dan tata letak (*layout*) fasilitas serta sarana prasarana pendukung objek wisata, kondisi tanah, topografi, sumber air, drainase, kemudahan akses ke objek wisata dan sumber daya rekreasi atau potensi objek wisata yang dimiliki. Tata letak fasilitas menjadi salah satu komponen penyedia yang dapat menentukan dalam menyukseskan kegiatan pariwisata. Kenyamanan terbentuk karena terpenuhinya fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung wisata. Selain tata letak fasilitas, pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam tingkat kenyamanan pengunjung wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Menganalisis tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganyar, 2) Menganalisis pengaruh tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganyar terhadap kenyamanan pengunjung wisata, 3) Menganalisis pengaruh pelayanan pada Wisata Keboen Kopi Karanganyar terhadap kenyamanan pengunjung.

Metode analisis untuk mengetahui pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung di Wisata Keboen Kopi Karanganyar yaitu menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum tentang tempat penelitian dengan penerapan tata letak fasilitas dan pelayanan pada tempat wisata tersebut. Selanjutnya analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan teknik *Partial Least Square* (PLS). Selain itu metode ini dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini, sampel yang digunakan yaitu 100 sampel dan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh hubungan secara struktural antara variabel tata letak fasilitas dan variabel pelayanan terhadap variabel kenyamanan dari pengunjung wisata.

Hasil penelitian Wisata Keboen Kopi Karanganyar memberikan suasana alam yang indah karena lokasi wisata yang merupakan perkebunan kopi. Fasilitas-fasilitas yang diberikan meliputi berbagai fasilitas edukasi sejarah dan fasilitas bermain yang menarik. Selain itu terdapat fasilitas pendukung yang dapat



digunakan oleh pengunjung saat di lokasi wisata. Fasilitas tersebut memiliki tata letak fasilitas yang dirasa tidak berjauhan antar fasilitas yang lainnya khususnya untuk pengunjung yang berjalan kaki. Nilai *R-squared* yang dihasilkan adalah sebesar 0,405, yang berarti bahwa pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata adalah sebesar 40,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang dijelaskan di luar model penelitian ini. Tata letak fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kenyamanan pengunjung wisata, karena nilai p-value yang dihasilkan sebesar 0,14. Hal ini disebabkan bahwa pengunjung yang melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganyar tidak mempertimbangkan tata letak fasilitas yang diberikan oleh wisata dan adanya tata letak fasilitas yang dapat memungkinkan terjadi hasil seperti itu. Hal tersebut sesuai dengan hasil data analisis yaitu sebesar 35% (35 orang) memberikan saran perbaikan terkait akses jalan menuju lokasi wisata, 29% (29 orang) memberikan saran bahwa tampilan dan penataan tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganyar untuk perlu perbaikan dan pengembangan, 12% (12 orang) memberikan saran terkait ketersediaan fasilitas pendukung seperti fasilitas kamar kecil, 6% (6 orang) memberikan saran perbaikan untuk selalu memperhatikan kebersihan di lokasi wisata dengan ketersediaan tempat sampah di lokasi. Saran perbaikan yang diberikan pengunjung dapat menjadi kemungkinan bahwa tata letak fasilitas di lokasi wisata masih kurang baik dan perlu adanya perbaikan-perbaikan untuk mengembangkan dan memajukan Wisata Keboen Kopi Karanganyar selanjutnya.. Nilai variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kenyamanan pengunjung wisata, karena nilai p-value yang dihasilkan adalah sebesar $<0,01$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin besar peningkatan pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata maka akan berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan pengunjung saat di lokasi. Berdasarkan data analisis yang diperoleh sebesar 9% (9 orang) pengunjung memberikan saran perbaikan yaitu untuk selalu bersikap ramah terhadap pengunjung, meningkatkan pengetahuan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung terkait Wisata Keboen Kopi Karanganyar, dan adanya jaminan untuk pengunjung saat berada di lokasi wisata serta untuk selalu menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian maupun di lingkungan wisata. Peningkatan kenyamanan pengunjung akan berpengaruh terhadap perasaan pengunjung yang akan merasa puas dan hal ini akan membuat pengunjung memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan wisata kembali ke Wisata Keboen Kopi Karanganyar, selanjutnya wisata ini akan menjadi rekomendasi untuk kunjungan wisata selanjutnya.

SUMMARY

Riza Adityawati. 145040101111077. The Impact of Layout of Facilities and Service towards Visitors' Convenience at Keboen Kopi Karanganjjar Blitar Tourism. Under advisory Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU as Principal Advisor and Heptari Elita Dewi, SP., MP. as Counselor Advisor

Tourism has become the main necessary for almost every person because someone who does his activities busily and longer, the opportunity to calm down the mind by travelling at tour destination becomes a first choice. Tourism development in Indonesia recently develops and increases into a sector which has huge potential in supporting national economic sector. The development of a region into a tourism object is influenced by many factors, namely being interesting for the tourists, the existence of proper facilities and attraction, geographic location, transportation route, politic stabilization, healthy environment and none of prohibition (Mujanah, Ratnawati, & Andayani, 2016). According to Kalangi, Lapijan, & Jorie (2016) sub system from components of facilities which needs to be observed and managed is the condition of tourism object, which includes facility land use and facilities layout as an infrastructure in supporting tourism object, soil condition, topography, water source, drainage, the easy access to tourism object, and recreational source or potential which the tourism object has. The layout of facility becomes one of providing components that can determine the successful of tourism activity. Convenience is formed due to the fulfillment of facilities needed by the visitors. In addition to the layout of facilities, services also become one of the factors that influence the convenience level of the visitors. The objectives of this research are as follows 1) Analyzing the layout of facility at Keboen Kopi Karanganjjar Tourism, 2) Analyzing the impact of facility layout at Keboen Kopi Karanganjjar Tourism towards visitors' convenience, 3) Analyzing the impact of services at Keboen Kopi Karanganjjar Tourism towards visitors' convenience.

The analysis method used in this research to find out the effect of facility layout and service towards visitors' convenience at Keboen Kopi Tourism Karanganjjar was descriptive analysis and quantitative analysis. Descriptive analysis was used to know general description about research place by applying facility layout and services at tourism place. Then, quantitative analysis used was Structural Equation Model (SEM) method by using Partial Least Square (PLS) technique. Additionally, this method could be applied to any data scale, which not require many assumptions and the sample size not have to be large. Those matters were appropriate with this research, the sample used in this research were 100 samples and this research was to know the effect of structural relationships between the variables of layout of facilities and services variables toward the convenience variables of the visitors.

The deriving result of Keboen Kopi Karanganjjar Tourism provides a beautiful natural atmosphere because of the tourist location, which a coffee plantation. The given facilities provided include a variety of interesting historical educational facilities and playground facilities. In addition, there are supporting facilities that can be used by visitors when they are at tourism site. The facility has a layout of facilities that is not too far apart among other facilities, especially for the pedestrians at the sights of tourism place. The resulting R-squared value was 0.405, which means that the effect of layout of facilities and services on the convenience of visitors was 40.5% and the rest is influenced by other variables which described out of this research model. Facility layout has no significant effect on visitors' convenience level because of the p-value produced was 0.14. It is caused by the tourist who visit Keboen Kopi Karanganjjar Tourism do not consider the facility layout provided by the tourism place which means there are other factors that are more influential toward the visitors' convenience level when in the location of Keboen Kopi Karanganjjar Tourism that described out of this research model. The value of services variables has a significant influence on the visitors' convenience level, because the p-value produced is $<,01$. It can be explained that the greater of improvement on service provided by the tourism site will affect to the visitors' convenience level when they are in location. The increasing visitors' convenience will affect the feelings of visitors who will feel satisfied, and it will make visitors have to come back to visit Keboen Kopi Karanganjjar Tourism. Then, this tourism site will be a recommendation for the next visiting.

KATA PENGANTAR

Penulisan Skripsi merupakan salah satu usulan untuk memenuhi syarat Program Strata 1 pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian di universitas Brawijaya. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa terkait pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan dari pengunjung di wisata Keboen Kopi Karanganyar, Kabupaten Blitar. Penyusunan Skripsi ini penting dilakukan karena dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan wisata dalam mengembangkan tempat wisata tersebut berdasarkan hasil kebutuhan dari pengunjung wisata. Pengembangan tersebut tentu akan memberikan dampak yang baik kepada peningkatan pengunjung wisata untuk berkunjung kembali. Penyusunan Skripsi penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pemerintah, perusahaan, dan peneliti mengenai penelitian yang akan dilakukan ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun senantiasa diharapkan untuk kesempurnaan dalam Penyusunan Skripsi di masa yang akan datang.

Malang, Agustus 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Desa Bangun Rejo Kabupaten Kutai Kartanegara pada tanggal 30 September 1995 sebagai putri kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Subagyo dan Ibu Triani Puji Lestari.

Penulis telah menempuh pendidikan dasar di SDN 010 Tenggarong Seberang pada tahun 2002-2008, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Tenggarong Seberang pada tahun 2008-2011. Pada tahun 2011 hingga tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 3 Unggulan Tenggarong, Kutai Kartanegara. Selanjutnya pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata 1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi asisten praktikum pada Mata Kuliah Manajemen Agribisnis pada tahun 2016. Penulis pernah mengikuti kegiatan kepanitian PLA 1 (Pendidikan dan Latihan Anggota 1) pada tahun 2015. Penulis juga memiliki prestasi dalam kegiatan akademik seperti menjadi finalis pada lomba Karya Tulis Ilmiah Nasional NASA (*National Scientific Days*) 2017 di Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Selain itu penulis juga memiliki hobi yang menjadi kegiatan ketika di luar kampus yaitu seperti memasak.

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SKEMA	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Manajemen Operasi dan Produksi	11
2.2.1 Sepuluh Keputusan Strategi Manajemen Operasi	12
2.3 Tata Letak Fasilitas	13
2.4 Pelayanan	18
2.4.1 Karakteristik Pelayanan	19
2.4.2 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	22
2.5 Kenyamanan	23
2.6 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	24
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	27
3.1 Kerangka Pemikiran	27
3.2 Hipotesis	31
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
IV. METODE PENELITIAN	41



4.1 Pendekatan Penelitian	41
4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	41
4.3 Metode Penentuan Sampel	41
4.4 Metode Pengumpulan Data	42
4.5 Metode Analisis Data	43
4.5.1 Analisis Deskriptif	43
4.5.2 Analisis Kuantitatif	44
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Profil Wisata Keboen Kopi Karanganyar	52
5.1.1 Visi dan Misi Wisata Keboen Kopi Karanganyar	55
5.1.2 Struktur Organisasi	55
5.2 Karakteristik Responden	58
5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tempat Tinggal	59
5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	60
5.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
5.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
5.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
5.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi ...	62
5.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung..	63
5.3 Analisis Tata Letak Fasilitas	64
5.4 Hasil Evaluasi Model SEM – PLS	72
5.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	73
5.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	75
VI. PENUTUP	91
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
2.	Hasil Uji Validitas	45
3.	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.	Persamaan <i>Outer Model</i>	48
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
7.	Karakteristik Responden Berdsarkan Pekerjaan	60
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	63
11.	Karateristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung	63
12.	Nilai <i>indicator reliability</i>	73
13.	Nilai <i>composite reliability</i> , <i>cronbach's alpha</i> , dan (AVE)	74
14.	Nilai <i>discriminant validity</i>	74
15.	Nilai <i>significant weight</i>	75
16.	Nilai <i>effect size</i>	76
17.	Nilai <i>R-squared</i> , <i>Adj. R-squared</i> , <i>Full collinearity VIF</i> dan <i>Q-squared</i>	77
18.	Nilai <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	78
19.	Hasil Uji Hipotesis	79

DAFTAR SKEMA

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka pemikiran pengaruh tata letak dan fasilitas pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung di Wisata Keboen Kopi Karanganjat	30
2.	Konstruksi model diagram jalur	47
3.	Struktur Organisasi Keboen Kopi Kopi Karanganjat Blitar (PT Harta Mulia)	56
4.	<i>Path Coefficient</i>	76



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Desain tata letak fasilitas Wisata Keboen Kopi Karanganj Blitar	65



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Uji Instrumen Kuesioner	100
2.	Hasil Uji Validitas	102
3.	Hasil Uji Reliabilitas	104
4.	Tabulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian dari 100 Responden	106
5.	Analisis Statistik	114
6.	Dokumentasi Tempat Penelitian	118



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata berkembang karena adanya peningkatan masyarakat yang terus membutuhkan untuk menikmati serta untuk memenuhi hasrat dalam mengetahui sesuatu. Pariwisata menjadi hal yang sangat diperlukan oleh setiap manusia, karena semakin lama seseorang melakukan aktivitas dalam kesibukannya maka peluang untuk menenangkan pikiran dengan berwisata akan menjadi pilihan utama. Perkembangan pariwisata di Indonesia yang saat ini kian meningkat dan menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung roda perekonomian negara. Berdasarkan berita yang telah disampaikan oleh SINDOnews (2017) bahwa sektor pariwisata diperkirakan mampu menyumbang produk domestik bruto sebesar 15%, yaitu Rp 280 triliun untuk devisa negara, dari 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara, 275 juta perjalanan wisatawan nusantara dan menyerap 13 juta tenaga kerja pada tahun 2019. Sektor pariwisata diyakini akan mampu menciptakan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yang lebih tersebar di seluruh negara ini, hal ini tentu akan memberikan pengaruh yang besar terhadap perubahan ekonomi negara.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 bahwa wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. Wisata merupakan bagian dari kegiatan pariwisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Dukungan sinergis yang diberikan dari seluruh pihak terkait dapat memberikan peningkatan daya saing terhadap pariwisata Indonesia khususnya dalam pembangunan serta mengembangkan infrastruktur sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan wisata.

Perkembangan suatu daerah menjadi tempat wisata dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu diantaranya adalah menarik untuk wisatawan, terdapat fasilitas-fasilitas dan atraksi, lokasi geografis, jalur transportasi, stabilitas politik, lingkungan yang sehat dan tidak ada larangan (Mujanah, Ratnawati, & Andayani,

2016). Suatu tempat wisata harus memiliki berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman. Menurut Kalangi, Lapian, & Jorie (2016) subsistem dari komponen fasilitas yang perlu mendapatkan perhatian dan pengelolaan yaitu kondisi objek wisata, yang mencakup tata ruang dan tata letak (*layout*) fasilitas serta sarana prasarana pendukung objek wisata, kondisi tanah, topografi, sumber air, drainase, kemudahan akses ke objek wisata dan sumber daya rekreasional atau potensi objek wisata yang dimiliki.

Tata letak fasilitas menjadi salah satu komponen penyedia yang dapat menentukan dalam menyukseskan kegiatan pariwisata. Namun, saat ini masih terdapat beberapa tempat wisata yang umumnya belum menggunakan perencanaan dan pengaturan tata letak fasilitas yang baik, sehingga hal ini tentu akan menimbulkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung wisata. Kenyamanan pengunjung menjadi salah satu faktor yang sangat dipertimbangkan oleh pengelola wisata dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Kenyamanan saat berada di tempat wisata menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke tempat wisata. Pengunjung wisata yang merasa nyaman terhadap fasilitas yang diberikan tentu akan berpengaruh pada pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan wisata kembali.

Wisata Keboen Kopi Karanganyar Blitar merupakan tempat wisata dengan menggabungkan antara wisata edukasi dan sejarah. Letak wisata yang berada di Kabupaten Blitar dan letaknya yang tentu tidak jauh dengan pusat Kota, menjadikan wisata ini sebagai *icon* wisata baru. Namun, lokasi yang strategis pada tempat wisata ini, masih terdapat tata letak fasilitas wisata yang kurang baik, diantaranya penataan fasilitas yang belum dikelola dengan baik, fasilitas tempat parkir, kondisi jalan menuju kebun kopi yang tidak didukung dengan baik, lokasi area *outbond* yang masih kurang dikelola dengan baik, dan bangunan pabrik kopi yang tidak dikelola serta tempat peristirahatan untuk pengunjung wisata yang masih kurang. Menurut Heizer & Render (2015) terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan tata ruang yang baik yaitu diantaranya:

- 1) Perlengkapan penanganan material, terkait perlengkapan apa saja yang hendak digunakan untuk membantu berjalannya suatu kegiatan dalam perusahaan,

2) Kapasitas dan ruang yang diperlukan, berkaitan dengan rancangan tata ruang untuk digunakan, 3) Lingkungan dan keindahan (*estetika*), berkaitan dengan hal-hal yang mempengaruhi kenyamanan, 4) Aliran informasi, aliran dalam melakukan komunikasi bagi suatu organisasi, dan 5) Biaya pergerakan antara berbagai area kerja. Pertimbangan dalam menggunakan tata ruang tersebut sesuai dengan permasalahan yang terjadi di tempat wisata dalam penelitian ini. Kurangnya fasilitas dan penentuan tata letak tersebut tentu akan menimbulkan ketidaknyamanan untuk pengunjung wisata.

Kenyamanan terbentuk karena terpenuhinya fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung wisata. Selain itu, pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam tingkat kenyamanan pengunjung wisata. Menurut Harahap (2014) pelayanan merupakan segala sesuatu bentuk penyelenggaraan yang dilakukan secara maksimal oleh suatu perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan menjadi suatu tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh seseorang dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan orang lain yang sesuai dengan haknya dan tanpa mengakibatkan kepemilikan. Pelayanan yang diberikan Wisata Keboen Kopi Karanganyar masih terdapat permasalahan terkait kurangnya daya tanggap petugas wisata dalam melakukan pemanduan serta informasi yang diberikan untuk pengunjung wisata dan ketepatan dalam melakukan pelayanan untuk pengunjung wisata. Permasalahan tersebut tentu akan berpengaruh pada ketidaknyamanan pengunjung wisata saat berada di lokasi wisata Keboen Kopi Karanganyar Blitar ini.

Penelitian yang akan dilakukan ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini terkait dengan pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata, sedangkan untuk penelitian sebelumnya adalah pengaruh tata letak terhadap objek wisata dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dari pelanggan, sehingga dapat dilakukan penelitian yang berbeda. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bahwa tata letak fasilitas dan pelayanan yang diberikan pada suatu tempat wisata akan memberikan pengaruh terhadap kenyamanan pengunjung. Hal tersebut tentu akan

memberikan pengaruh kepada pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata kembali.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka pentingnya penelitian ini dilakukan karena dapat menjadi bahan pertimbangan kepada perusahaan dalam melakukan pengembangan wisata dengan memperhatikan aspek tata letak fasilitas dan pelayanan yang tentunya hal ini akan memberikan pengaruh pada tingkat kenyamanan pengunjung. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kepada pihak perusahaan serta dapat digunakan sebagai strategi untuk perusahaan wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang berkunjung. Hasil dari penelitian ini diharapkan sesuai dengan kebutuhan pengunjung wisata sehingga perusahaan wisata dapat memberikan kebutuhan yang sesuai dengan harapan dari pengunjung wisata, hal ini tentu akan berdampak pada kenyamanan pengunjung wisata serta jumlah kunjungan wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Tata letak fasilitas menjadi salah satu permasalahan yang terdapat pada tempat wisata. Hal ini karena masih kurangnya perhatian yang dilakukan pihak perusahaan, khususnya pada perencanaan fasilitas dalam mengelola wisata. Perencanaan fasilitas merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan, berkaitan dengan desain, tata letak (*layout*), lokasi dan akomodasi orang, mesin, dan kegiatan dari sistem atau manufaktur/jasa yang menyangkut lingkungan atau tempat yang bersifat fisik (Arif, 2017). Tanpa adanya perencanaan fasilitas sebelumnya, suatu perusahaan tidak akan beroperasi secara optimal dan efisien, dan akan menurunkan *profit* bagi perusahaan itu sendiri. Tempat wisata menjadi salah satu perusahaan yang perlu melibatkan perencanaan tata letak fasilitas khususnya dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung wisata. Tata letak fasilitas merupakan tata cara pengaturan fasilitas-fasilitas suatu pabrik/perusahaan guna menunjang kelancaran dalam proses produksi serta operasi. Pengaturan tata letak fasilitas yang baik maka akan menunjang kelancaran proses dalam suatu perusahaan (Arif, 2017; Gunawan & Nurcahyo, 2014).

Pelayanan merupakan sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas yang dilakukan oleh orang lain secara langsung (Moenir, 2005).

Pelayanan menjadi perilaku yang dilakukan oleh suatu produsen dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kepuasan yang didapatkan oleh konsumen tentu akan berpengaruh dalam hal terpenuhinya kebutuhan dari konsumen, sehingga pelayanan menjadi suatu proses yang dilakukan untuk diberikan kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan yang diberikan dapat berupa informasi yang diberikan, ketepatan waktu, akurasi pelayanan dan kenyamanan konsumen (Sutopo & Suryanto, 2006).

Wisata Keboen Kopi Karanganjur Blitar ini merupakan suatu usaha wisata alam yang memberikan edukasi sejarah dan wisata alam serta memberikan wisata dengan pengenalan produk unggulan yaitu produk Warak (kopi Blitar), sehingga dapat dinikmati oleh pengunjung yang menyukai minuman kopi. Wisata Keboen Kopi Karanganjur ini menjadi salah satu destinasi wisata yang wajib untuk dikunjungi ketika berada di Kota Blitar. Wisata tersebut memberikan informasi edukasi terkait sejarah perkembangan Wisata Keboen Kopi Karanganjur dengan menawarkan wisata alam yang sangat menarik, tetapi untuk kenyataan di lapangan terkait tata letak fasilitas masih tidak teratur dan terkesan kurang dipertimbangkan oleh pihak pengelola wisata. Fasilitas dalam wisata masih kurang diperhatikan yaitu penataan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung, dan kurangnya perhatian pengelola pada area *outbond* serta kondisi jalan menuju kebun kopi yang tidak didukung dengan baik dan bangunan pabrik kopi yang tidak dikelola sehingga terkesan tidak dimanfaatkan kembali dan ketersediaan tempat peristirahatan untuk pengunjung yang masih kurang serta kurangnya perhatian pihak wisata dalam mengelola area-area lain yang diberikan. Tata letak fasilitas yang masih kurang pada tempat wisata tersebut, tentu akan berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata.

Selain tata letak fasilitas, pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung wisata. Menurut Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1990) terdapat indikator atau pengukuran dalam pelayanan yang meliputi sebagai berikut: 1) Bukti langsung/fisik (*Tangibles*), 2) Keandalan (*Reliability*), 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), 4) Jaminan/kepastian (*Assurance*), 5) Empati (*Emphaty*). Pelayanan yang diberikan pada tempat wisata Keboen Kopi

Karanganjar masih dikatakan kurang baik, karena terkait pengelola wisata baik dalam pemberian informasi dan interaksi yang dilakukan pengelola kopi masih kurang berinteraksi dan tanggap kepada pengunjung wisata, hal ini tentu membuat pengunjung wisata menjadi tidak nyaman karena kurangnya respon yang baik dari pihak pengelola wisata kepada pengunjung. Beberapa permasalahan tersebut tentu akan berpengaruh pada kunjungan wisata selanjutnya. Pengunjung wisata akan mempertimbangkan untuk melakukan kunjungan wisata ke Keboen Kopi Karanganjur Blitar tersebut.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan wisata adalah dengan tetap menjaga dan meningkatkan kembali kenyamanan dari pengunjung. Menjaga dan meningkatkan kenyamanan pengunjung wisata dapat dilakukan dengan mengetahui pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan yang diberikan terhadap kenyamanan pengunjung wisata ketika berada di lokasi wisata. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tata letak fasilitas pada wisata Keboen Kopi Karanganjur?
2. Bagaimana pengaruh tata letak fasilitas pada wisata Keboen Kopi Karanganjur terhadap kenyamanan pengunjung wisata?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan pada wisata Keboen Kopi Karanganjur terhadap kenyamanan pengunjung wisata?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun perluasan pokok masalah, hal ini dilakukan agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Terdapat batasan masalah yang diberikan dalam penelitian ini yaitu diantaranya:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung adalah hanya tata letak fasilitas dan pelayanan pada wisata Keboen Kopi Karanganjur Kabupaten Blitar
2. Faktor-faktor lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini diasumsikan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan dapat diabaikan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganjjar
2. Menganalisis pengaruh tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganjjar terhadap kenyamanan pengunjung
3. Menganalisis pengaruh pelayanan pada Wisata Keboen Kopi Karanganjjar terhadap kenyamanan pengunjung

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang telah dilaksanakan ini, diharapkan dapat memberikan kegunaan kepada pihak-pihak yang terkait. Pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pemerintah dalam rangka pengembangan dan perencanaan pariwisata khususnya wisata daerah.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan dan masukan sebagai bahan pertimbangan kepada perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pengembangan tata letak fasilitas dan pelayanan yang efektif dan efisien untuk diterapkan dalam tempat wisata.

3. Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu dibutuhkan sebagai bahan literatur sebelum melakukan penelitian. Penggunaan penelitian-penelitian terdahulu diharapkan menggunakan penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang akan diteliti. Tujuan adanya tinjauan penelitian terdahulu adalah untuk melihat sejauh mana penelitian yang sudah dilakukan dan melihat bagaimana alur proses pengerjaan dari penelitian ini. Melalui tinjauan penelitian terdahulu ini, diharapkan bidang keilmuan mengenai kenyamanan pengunjung wisata (dalam hal ini konsumen) dapat lebih berkembang. Tinjauan penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan dan perbandingan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kalangi, Lopian, & Jorie (2016) melakukan penelitian mengenai pengaruh *layout* pengelolaan sarana prasarana terhadap objek wisata gunung mahawu di Kota Tomohon. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *layout* pengelolaan sarana prasarana terhadap objek wisata gunung mahawu di Kota Tomohon. Metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan analisis regresi tunggal. Penelitian tersebut menghasilkan persamaan regresi yaitu $Y = 0,388 + 11,240 X$, dengan hasil perhitungan menunjukkan bahwa *layout* pengelolaan sarana prasarana (X) diantaranya jalan tangga menuju puncak, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah dan pembuangan sampah terdapat pengaruh terhadap objek wisata gunung mahawu (Y) yaitu diantaranya potensi alam, keadaan, keanekaragaman hayati, keindahan alam dan cagar alam. Hasil penelitian dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} untuk *layout* pengelolaan sarana prasaran adalah sebesar $11,240 >$ nilai t_{tabel} sebesar 1,675; dengan variabel tidak bebas yaitu objek wisata gunung mahawu di Kota Tomohon (Y).

Ismail, Hanafiah, Aminuddin, & Mustafa (2016) melakukan penelitian mengenai kualitas layanan *homestay* berbasis komunitas, kepuasan pengunjung, dan niat tingkah laku. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan pengunjung terhadap hubungan antara kualitas layanan *homestay* dan niat perilaku. Variabel yang digunakan diantaranya *tangibles*,

reliability, responsiveness, Assurance, empathy. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan survei deskriptif *cross-section*. Hasil dari penelitian dengan menampilkan perubahan signifikan dari model regresi tunggal pada model I ($R^2 = 0,575$, F-perubahan = 102,855, $p < .001$). Model tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung menunjukkan efek yang besar terhadap hubungan antara kualitas layanan *homestay* dan pengaruh perilaku. Kualitas layanan *homestay* dan kepuasan pengunjung dapat menjelaskan 57,5% variasi yang telah diamati dalam penyebaran informasi wisatawan. Pengunjung *homestay* melakukan kunjungan berdasarkan kualitas layanan *homestay*, hal ini diberi peringkat berdasarkan skor rata-rata dalam empati, respon empati, bagian berwujud dan kepastian.

Sawitri, Yasa, & Jawas, (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Tegal Sari *Accommodation* di Ubud. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Tegal Sari *Accommodation*, untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari *Accommodation*. Metode yang digunakan yaitu metode SEM (*Structural Equation Model*) yang didasarkan pada evaluasi atas adanya hubungan saling ketergantungan antar variabel. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0,898 dan *p-value* sebesar 0,000; kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari *Accommodation* dengan nilai koefisien sebesar 0,488 dan *p-value* 0,007; dan untuk kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0,461 dan *p-value* 0,011.

Lei & Chu (2015) melakukan penelitian mengenai mediasi peran kepuasan konsumen dalam hubungan antara ekuitas merek dan loyalitas merek berdasarkan model PLS-SEM. Penelitian tersebut bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode PLS-SEM dengan kuesioner skala Likert untuk mengukur ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek, sedangkan untuk *alpha cronbach* yang digunakan adalah 0,749 lebih tinggi dari

0,7 yang mengindikasikan reliabilitas yang memuaskan. Sampel yang digunakan yaitu dari 1840 pelanggan merek sport Cina. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ekuitas merek memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas merek. Selain itu menunjukkan bahwa ekuitas merek memiliki pengaruh positif pada loyalitas merek yang sebagian di mediasi oleh kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian terdahulu yang pertama adalah sama-sama melakukan penelitian tentang pengaruh *layout* pengelolaan sarana prasarana pada objek wisata dengan variabel yang digunakan tata letak (*layout*), sedangkan untuk perbedaan terdapat pada metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dengan teknik PLS-SEM. Selanjutnya penelitian terdahulu yang kedua, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan jumlah variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu dilaksanakan pada suatu *homestay* dengan menggunakan 3 variabel yaitu komunitas, kepuasan pengunjung dan niat tingkah laku, sedangkan untuk penelitian ini dilaksanakan pada wisata Perekebunan Kopi Karanganyar dengan menggunakan 2 variabel yaitu variabel tata letak fasilitas meliputi akses jalan menuju lokasi, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah, tampilan tata letak fasilitas, penataan tata letak fasilitas, dan untuk variabel pelayanan meliputi indikator pengukuran *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance*, *tangibles*, masing-masing variabel berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata.

Penelitian terdahulu yang ketiga, memiliki perbedaan yang terletak pada variabel yang digunakan yaitu untuk penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas dari pelanggan, dan untuk penelitian ini menggunakan variabel tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pelayanan dan *layout* sarana prasarana terhadap tingkat kepuasan pelanggan sangat memberikan manfaat, apabila penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai

bahan peninjauan kembali terutama mengenai tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata di Keboen Kopi Karanganyar Blitar.

Selain itu perbedaan juga terdapat pada metode yang digunakan dengan metode SEM (*Structural Equation Model*) sebagai alat analisis. Selanjutnya untuk penelitian terdahulu yang keempat memiliki persamaan pada metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan teknik PLS-SEM, sedangkan untuk perbedaannya terletak pada tujuan dan variabel yang digunakan. Tujuan dari penelitian terdahulu bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek dan variabel yang digunakan yaitu akuitas merek, kepuasa konsumen dan loyalitas merek. Sedangkan untuk penelitian ini tujuannya adalah untuk menganalisis tata letak fasilitas dan fasilitas pada tempat wisata dan menganalisis pengaruh variabel yang digunakan terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata. Variabel yang digunakan yaitu tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata.

2.2 Manajemen Operasi dan Produksi

Menurut Umar (2003) menyatakan bahwa manajemen produksi dan operasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang secara kontinyu dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumberdaya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan dari perusahaan. Kegiatan manajemen tersebut berkaitan dengan penciptaan/pembuatan barang dan jasa. Kegiatan tersebut bagi suatu perusahaan manufaktur, merupakan kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa terlihat. Kegiatan pada perusahaan jasa sendiri, fungsi produksi yang dimiliki tidak terasa nyata, misalnya dalam kegiatan bank, perusahaan penerbangan, atau lembaga pendidikan. Produk yang dihasilkan tidak dalam bentuk yang bisa dilihat dengan mata, misalnya saja kegiatan kredit, pelayanan di atas pesawat terbang dan ilmu yang diajarkan.

Manurut Stevenson & Chuong (2014) terdapat beberapa ruang lingkup manajemen operasi, dengan ruang lingkup tersebut menjangkau seluruh organisasi. Ruang lingkup ini diantaranya desain produk dan jasa, seleksi proses, seleksi dan manajemen teknologi, desain sistem kerja, perencanaan lokasi, perencanaan fasilitas, dan perbaikan mutu organisasi produk dan jasa. Fungsi

operasi mencakup banyak aktivitas yang saling berkaitan seperti peramalan, perencanaan kapasitas, penjadwalan, manajemen persediaan, menjamin mutu, memotivasi karyawan, memutuskan lokasi untuk menempatkan fasilitas, dan lebih banyak lagi. Operasi menjadi salah satu dari tiga fungsi yang dilakukan oleh organisasi, sehingga untuk menciptakan barang dan jasa, semua organisasi melakukan tiga fungsi. Fungsi-fungsi ini merupakan materi-materi yang tidak hanya diperlukan untuk produksi, tetapi juga untuk kelangsungan dari sebuah organisasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Pemasaran, merupakan sesuatu yang menghasilkan permintaan atau paling tidak menerima pesanan untuk sebuah produk atau jasa (tidak akan terjadi apa-apa hingga terjadinya penjualan)
2. Produksi/operasi, suatu kegiatan yang menciptakan produk.
3. *Finansial*/akutansi, yang melacak seberapa baik kinerja organisasi, pembayaran tagihan, dan pengumpulan uang (Heizer & Render, 2015)

2.2.1 Sepuluh Keputusan Strategi Manajemen Operasi

Menurut Heizer & Render (2015), semua manajer yang baik melakukan fungsi dasar dari proses manajemen. Proses manajemen diantaranya terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penentuan jajaran staf, pengarahan, dan pengendalian. Manajer operasi menerapkan proses manajemen ini pada keputusan yang dibuat dalam fungsi manajemen operasi. Berikut ini merupakan sepuluh keputusan manajemen operasi yang mendukung misi dan menerapkan strategi diantaranya yaitu:

1. Desain barang dan jasa, hal ini berkaitan dengan apa yang diperlukan dari kegiatan operasi pada masing-masing keputusan manajemen operasi. Misalkan, desain produk biasanya dapat menentukan batas bawah dari biaya dan batas atas dari kualitas, selain itu juga berpengaruh pada implikasi untuk keberlangsungan dan sumber daya manusia yang diperlukan.
2. Pengelolaan kualitas, hal ini berkaitan dalam menentukan ekspektasi kualitas dari pelanggan dan membuat kebijakan serta prosedur guna mengidentifikasi dan mencapai dari kualitas tersebut.
3. Desain proses dan kapasitas, menentukan seberapa baik barang dan jasa dihasilkan (misalkan sebuah proses untuk produksi) dan menjalankan

manajemen terhadap teknologi, kualitas, sumber daya manusia, dan investasi modal yang spesifik guna untuk menentukan struktur biaya dasar perusahaan.

4. Strategi lokasi, memerlukan penilaian terkait kedekatan dengan pelanggan, pemasok, dan bakat, sementara dengan mempertimbangkan mengenai biaya, infrastruktur, logistik, dan pemerintah.
5. Strategi tata ruang, berkaitan dalam penyatuan kebutuhan kapasitas, tingkat personel, teknologi, dan kebutuhan persediaan untuk menentukan arus bahan baku, orang, dan informasi yang efisien.
6. Sumber daya manusia dan desain pekerjaan, berkaitan dengan penentuan bagaimana cara untuk merekrut, memotivasi dan mempertahankan personel dengan bakat dan kemampuan yang dibutuhkan. Orang merupakan sebuah bagian yang integral dan mahal dari desain sistem keseluruhan.
7. Manajemen rantai pasokan, hal ini berkaitan dengan penentuan bagaimana mengintegrasikan rantai pasokan ke dalam strategi perusahaan termasuk untuk keputusan-keputusan yang akan menentukan apa yang akan dibeli, dari siapa, dan dengan syarat seperti apa.
8. Manajemen persediaan, hal ini berkaitan dengan pertimbangan dalam menentukan keputusan pemesanan dan menyimpan persediaan dan bagaimana cara mengoptimalkan sebagai kepuasan pelanggan, kapabilitas pemasok, dan pertimbangan dari jadwal produksi.
9. Penentuan jadwal, berkaitan dengan penentuan dan penerapan jadwal jangka waktu menengah dan pendek yang secara efektif dan efisien penggunaannya, baik personel maupun fasilitas sementara dalam memenuhi permintaan pelanggan.
10. Pemeliharaan, keputusan yang mempertimbangkan kapasitas fasilitas, permintaan produksi, dan kebutuhan akan personel untuk menjaga sebuah proses yang dapat diandalkan dan stabil.

2.3 Tata Letak Fasilitas

Menurut Arif (2017) menyatakan bahwa tata letak (*layout*) merupakan susunan departemen, tempat kerja, dan peralatan, dengan perhatian utama yaitu pada pergerakan kerja (pelanggan atau material) melalui sistem: tata letak tetap

(*fixed-position layouts*), tata letak proses (*process layouts*), tata letak produk (*products layouts*), atau tata letak kombinasi (*combination layouts*). Tata letak menjadi suatu rangkaian proses keputusan yang diberikan dengan berorientasi pada jangka panjang serta menjadi strategi. Tata letak yang baik mempertimbangkan bagaimana memperoleh penggunaan ruang yang tinggi pada masing-masing tempat, sehingga tidak dianjurkan adanya ruang (*space*) yang tidak terpakai. Penggunaan ruang yang tinggi ini dimaksudkan dengan pemanfaatan ruang semaksimal mungkin.

Tata letak yang baik yaitu terpenuhinya segala fasilitas produksi dalam suatu pabrik dan hal ini tentu membuat kegiatan kerja menjadi lebih efektif dan efisien. Menurut Stevenson & Chuong (2014) keputusan tata letak penting karena tiga alasan dasar: 1) Keputusan tata letak memerlukan investasi dalam uang dan upaya yang besar; 2) Keputusan tata letak melibatkan komitmen jangka panjang sehingga membuat kesalahan sulit di atasi, serta 3) Keputusan tata letak memiliki dampak penting terhadap biaya dari efisiensi operasi. Tata letak fasilitas menjadi salah satu pemenuhan dalam upaya melakukan kegiatan operasi agar berjalan dengan efektif dan efisien.

Menurut Arif (2017) tata letak yang baik dari segala fasilitas produksi dalam suatu pabrik adalah dasar untuk membuat kerja menjadi lebih efektif dan efisien. Secara umum tujuan dan manfaat dari adanya perancangan tata letak fasilitas adalah sebagai berikut:

1. Mengurangi investasi peralatan

Perancangan tata letak akan memberi manfaat untuk menurunkan investasi dalam peralatan. Penyusunan mesin-mesin dan fasilitas pabrik, dan departemen yang tepat, serta pemilihan metode yang cermat, sedikit banyak akan membantu menurunkan jumlah peralatan yang diperlukan. Sebagai contoh adalah bila dua atau lebih komponen berbeda, dalam proses pembuatannya memerlukan mesin yang sama, maka sebaiknya proses pembuatan tersebut dapat dilewatkan pada mesin yang sama.

2. Penggunaan ruang lebih efektif

Manfaat lain dari perancangan tata letak adalah penggunaan ruang yang lebih efektif. Penggunaan ruang akan efektif jika mesin-mesin atau fasilitas

lainnya disusun atau diatur sedemikian rupa sehingga jarak antar mesin-mesin atau fasilitas lain tersebut dapat seminimal mungkin tanpa mengurangi keleluasaan gerak para pekerja. Penggunaan jarak minimal tersebut akan menghemat area yang digunakan. Penghematan area berarti juga penghematan biaya, karena setiap meter persegi luas lantai akan memberi beban biaya.

3. Menjaga perputaran barang setengah jadi menjadi lebih baik

Adanya perancangan tata letak yang baik akan menjaga perputaran barang setengah jadi menjadi lebih baik. Suatu proses produksi dapat dikatakan lancar jika bahan melewati proses dengan waktu sesingkat mungkin. Hal ini dapat terjadi jika suatu proses produksi dapat terhindar dari adanya penumpukan barang setengah jadi. Suatu aliran produksi sedapat mungkin melalui proses dimana penyimpanan barang setengah jadi diturunkan mendekati titik nol.

4. Menjaga fleksibilitas susunan mesin dan peralatan

Ada kalanya suatu pabrik melakukan perbaikan atau penambahan fasilitas atau bangunan baru. Perancangan tata letak harus dapat menjamin atau menjaga fleksibilitas dari susunan mesin-mesin atau fasilitas-fasilitas pabrik dari kemungkinan tersebut. Perbaikan atau penambahan fasilitas atau bangunan baru tidak serta merta akan mengubah atau mengganti seluruh susunan yang telah ada.

5. Memberi kemudahan, keamanan dan kenyamanan bagi karyawan

Dalam memberi kemudahan, keamanan dan kenyamanan bagi para karyawan, maka yang perlu diperhatikan dalam proses perancangan tata letak adalah bagaimana mengatur lingkungan kerja seperti pencahayaan atau penerangan, sirkulasi udara, temperatur, pembuangan limbah dan sebagainya. Penempatan mesin-mesin dan peralatan lainnya harus dilakukan dengan memperhatikan keselamatan dari para karyawan.

6. Meminimumkan *material handling*

Perancangan tata letak tidak dapat dipisahkan dengan masalah penanganan bahan. Setiap proses produksi tidak bisa dihindari adanya gerakan perpindahan bahan. Gerakan perpindahan bahan ini akan memberikan beban biaya yang tidak sedikit. Lebih-lebih jika proses pergerakan perpindahan bahan ini tidak menganut asa efektivitas, seperti suatu proses yang satu

dengan yang lain secara berurutan memiliki jarak yang relatif jauh. Hal ini akan membutuhkan waktu tambahan sehingga total waktu pengerjaan suatu produk akan menjadi lebih lama. Demikian pula biaya dalam perpindahan material ini juga akan semakin besar.

7. Memperlancar proses produksi

Proses manufaktur akan menjadi lebih mudah jika telah dilakukan perancangan tata letak. Dengan menggunakan beberapa metode atau tipe-tipe tata letak yang sesuai, proses produksi akan berjalan sesuai dengan aliran proses yang telah digariskan.

8. Meningkatkan efektivitas penggunaan tenaga kerja

Tata letak yang ada pada pabrik sangat besar pengaruhnya terhadap produktivitas tenaga kerja. Departemen yang disusun berdasarkan aliran produksi yang tepat, dengan peralatan pemindahan bahan yang lebih modern seperti *conveyor*, *crane*, *hoist*, dan peralatan modern lainnya akan mengurangi waktu dan tenaga yang digunakan para pekerja dalam melakukan pergerakan. Efektivitas pemakaian tenaga kerja dengan sendirinya akan lebih meningkat.

Perancangan tata letak fasilitas merupakan hal yang sangat penting untuk diciptakan dalam sebuah perusahaan terutama sebuah pabrik. Tanpa adanya perancangan, suatu perusahaan tidak dapat melakukan proses produksi secara optimal dan efisien, sehingga hal ini tentu akan berpengaruh pada penurunan *profit* bagi perusahaan itu sendiri. Tata letak fasilitas perusahaan yang terencana dengan baik tentu akan menentukan efisiensi dan keberhasilan kerja pada suatu industri/perusahaan. Tata letak fasilitas merupakan tata cara pengaturan setiap fasilitas-fasilitas pabrik/perusahaan dengan tujuan untuk menunjang kelancaran proses produksi. Pengaturan yang dilakukan berguna untuk luas area penempatan mesin atau fasilitas penunjang produksi lainnya, kelancaran gerakan perpindahan material, penyimpanan material baik yang bersifat temporer maupun permanen, personel pekerja, dan sebagainya.

Perencanaan tata letak termasuk kedalam proses desain dari suatu sistem produksi. Menurut Ma'arif & Tanjung (2003) bahwa terdapat hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam menciptakan tata letak yang baik, diantaranya sebagai berikut:

1. Tata letak (*layout*) yang baik mempertimbangkan bagaimana memperoleh penggunaan yang tinggi pada masing-masing ruangan. Harapannya tidak ada ruang yang kosong, sehingga pemanfaatan ruang-ruang sangat optimalkan penggunaannya. Contoh yang dapat dilihat pada *layout retail*, dalam hal ini di berbagai supermarket, tidak ada satu tempat yang kosong dari barang. Bahkan, di jalan masuk pun digunakan untuk pameran barang-barang mulai dari kendaraan, elektronik, dan lain-lain. Seperti yang kita lihat, hal ini disebabkan per meter kuadrat dalam ruangan retail itu adalah uang.
2. Memperbaiki arus informasi, bahan baku dan orang. Pertimbangan dalam hal tersebut bahwa tidak diharapkan adanya arus informasi, bahan baku dan orang yang tidak berjalan efisien. Seperti tata letak pada kantor, letak antara direktur utama dengan direktur SDM, ruangnya berjauhan, hal ini tentu mengakibatkan tidak efisien komunikasi yang terjadi karena harus menunggu lama ketika diperlukan segera akibat jarak yang berjauhan. Oleh karena itu, dalam tata letak kantor, bagian-bagian atau departemen-departemen yang sering berhubungan, letaknya dibuat saling berdekatan.
3. Tata letak (*layout*) adalah memperbaiki moral pekerja dan memperoleh kondisi kerja yang lebih aman. Penataan tata letak (*layout*) yang kurang baik akan menimbulkan perbuatan yang melanggar moral. Seperti halnya tata letak yang diberikan untuk karyawan buruk, tentu akan menjadi peluang untuk karyawan melakukan perbuatan moral yang kurang baik.
4. Untuk memperbaiki interaksi pelanggan dan klien. Memberikan tata letak yang tidak menyulitkan untuk saling berinteraksi antara pelanggan maupun pihak perusahaan sendiri. Seperti perbankan, konsultan, rumah sakit, klinik, apotek, tempat wisata dan lain-lainnya.
5. Fleksibilitas. Tidak dianjurkan penciptaan tata letak yang tidak *fleksibel* atau terlalu kaku, sehingga dapat diperhatikan untuk ruang tunggu nasabah di bank berbagai saja terdapat berbagai model. Hal ini diharapkan untuk menciptakan suasana untuk nasabah bank yaitu nasabah yang sedang menunggu, tapi diciptakan perasaan tidak menunggu dengan diberikan tempat duduk untuk nasabah menunggu.

Perencanaan tata letak merupakan salah satu tahap dalam perencanaan fasilitas yang bertujuan untuk mengembangkan suatu sistem produksi yang efisien dan efektif sehingga diharapkan dapat mencapai suatu proses produksi dengan biaya yang paling ekonomis (Herjanto, 2008). Hal ini dimaksudkan bahwa perencanaan tata letak menciptakan suatu sistem produksi yang efektif dan efisien dengan penggunaan tata letak yang sesuai dengan kondisi pada suatu perusahaan. Perencanaan tata letak yang baik dalam suatu perusahaan tentu akan mempengaruhi kegiatan dalam perusahaan tersebut. Peralatan dan suatu desain produk yang bagus tidak ada artinya jika perencanaan tata letak yang direncanakan dengan sembarangan.

2.4 Pelayanan

Menurut Wulandari & Wahyuati (2017) pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk dapat mengimbangi harapan dari pelanggan. Pelayanan dalam hal ini adalah segala sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak untuk memenuhi kebutuhan dari setiap pelanggannya untuk suatu kelancaran kegiatan. Pelayanan menjadi ukuran seberapa bagus suatu tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan dari pelanggan oleh pihak pemberi. Perkembangan jaman membuat pelayanan menjadi suatu keharusan yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Menurut Moenir (2005) pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang dilakukan secara langsung. Terciptanya pelayanan didasari oleh individu atau sekelompok yang membutuhkan layanan atau yang ingin dilayani. Salah satunya pelayanan yang diberikan oleh pemerintah merupakan pelayanan yang berorientasi kepada masyarakat. Berikut ini terdapat beberapa pelayanan yang didambakan oleh seseorang individu, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam pengurusan kepentingan
2. Mendapatkan pelayanan wajar
3. Mendapatkan pelayanan yang sama tanpa pilih kasih
4. Mendapatkan perlakuan yang jujur dan terus terang (Moenir, 2005)

Pelayanan yang baik merupakan hak yang dimiliki oleh masyarakat, sehingga pelayanan yang dilakukan secara maksimal akan berdampak positif bagi masyarakat. Pelayanan yang diberikan tentu harus berdasarkan standar tertentu yang menjadi ukuran atau persyaratan baku yang harus dipenuhi dalam penyelenggaraan pelayanan dan wajib ditaati oleh pemberi pelayanan tersebut (masyarakat).

2.4.1 Karakteristik Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (*customer*/yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Normann (1991) bahwa terdapat beberapa karakteristik tentang pelayanan, diantaranya sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang memiliki sifat yaitu tindakan sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Karakteristik di atas dapat menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik. Karakteristik pelayanan memberikan gambaran bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan berupa jasa/produk yang diberikan oleh seseorang untuk orang lain dengan tujuan memenuhi kebutuhan dalam suatu kegiatan yang sesuai dengan harapan dari seseorang tersebut. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh seseorang merupakan manfaat dari perbedaan antara kinerja yang diberikan sesuai dengan yang dirasakan dan harapannya. Apabila kinerja yang dilakukan dibawah harapan seseorang/konsumen, maka akan berpengaruh pada puas tidaknya seseorang. Sebaliknya juga begitu, bila kinerja yang diberikan melebihi dari harapan mereka yaitu seseorang/konsumen, maka mereka akan merasakan puas. Kepuasan konsumen tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan.

Harapan seseorang/konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman dari masa lampau yang dirasakan, komentar dari seseorang serta janji dan informasi baik

dari pemasar maupun pesaing. Seseorang/konsumen yang merasakan puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka akan setia lebih lama dan tentu akan memberikan kesan serta komentar yang baik terhadap perusahaan. Kepuasan yang dirasakan tentu menjadi strategi yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam mempertahankan konsumen, sehingga hal tersebut akan berpengaruh pada peningkatan dari *profit* perusahaan itu sendiri serta untuk menciptakan pelanggan dari perusahaan yang nantinya akan berdampak pada konsumen yang lainnya.

Menurut Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1990) terdapat beberapa dimensi kepuasan dalam melayani konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan yang diberikan untuk membantu pelanggan dan ketersediaan dalam hal untuk melayani pelanggan dengan baik. Seperti mampu memberikan informasi secara benar dan tepat, tidak menunjukkan sikap *sok* sibuk dan mampu memberikan pertolongan dengan segera.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan. Seperti kemampuan dalam menepati janji, kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan untuk meminimumkan kesalahan.

3. Empati (*Empathy*)

Kemampuan atau kesediaan petugas dalam memberikan perhatian yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada pelanggannya.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan yang dimiliki petugas dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan dengan melalui pengetahuan yang dimiliki, kesopanan serta menghargai perasaan pelanggan.

5. Bukti langsung/Fisik (*Tangibles*)

Sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan oleh suatu perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggannya. Seperti tampilan fisik pelayanan, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, penampilan pekerja dan sarana komunikasi.

Berdasarkan lima dimensi kepuasan dalam melayani konsumen di atas, untuk dimensi *competence*, *credibility*, dan *security* dikelompokkan ke dalam dimensi *assurance*, sedangkan dimensi *access*, *courtesy*, *communication*, dan *understanding* yang dikelompokkan ke dalam dimensi *emphaty*.

Menurut Moenir (2005) terdapat empat kriteria yang harus dipenuhi oleh pelaku yang melakukan pelayanan, agar pelayanan yang dilakukan dapat memuaskan orang atau kelompok yang dilayani, yaitu sebagai berikut:

1. Tingkah laku yang sopan.
2. Cara penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat.
4. Keramahtamahan

Setiap masyarakat dalam menerima pelayanan tentu ingin dilayani secara baik oleh pemberi pelayanan, sehingga tingkah laku yang sopan dan tatakrama dari pegawai sangat penting untuk diterapkan di setiap organisasi pelayanan. Hal ini bertujuan agar dalam pemberian jasa pelayanan dapat tersalurkan sebagaimana mestinya dan masyarakat tentu akan merasa nyaman dalam menerima pelayanan barang atau jasa yang mereka inginkan tersebut.

Menurut Gronroos (1990) terdapat tiga kelompok pelayanan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Core Service*

Core service adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utamanya. Misalnya untuk hotel seperti penyediaan kamar dan untuk penerbangan seperti transportasi udara. Perusahaan mungkin mempunyai beberapa *core service*, misalnya perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan penerbangan luar negeri.

2. *Facilitating Service*

Facilitating service adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan, misalnya pelayanan "*front office*" pada hotel atau pelayanan "*check in*" pada transportasi udara. *Facilitating service* ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib.

3. *Supporting Service*

Seperti pada *facilitating service*, *supporting service* merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak “pesaingnya”. Misalnya hotel restoran pada suatu hotel. *Supporting* adalah pelayanan tambahan tetapi tidak wajib dan disediakan untuk meningkatkan daya saing.

2.4.2 **Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

Pelayanan menjadi sesuatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan untuk mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, sehingga dalam perusahaan perlu untuk meningkatkan serta memberikan kualitas yang baik untuk setiap pelanggan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna tertentu, setiap orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa dari definisi yang kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja, diantaranya elemen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan dari pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (Kotler, Jain, & Maesincee, 2002)

Kotler, Jain, & Maesincee (2002) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala bentuk penyelenggaraan pelayanan yang diberikan secara maksimal yang diberikan oleh perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan dari pelanggan. Pelayanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai jasa atau *service* yang telah disampaikan oleh pemilik jasa/perusahaan yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan dari konsumennya.

Kualitan pelayanan (*service quality*) dapat dilihat dengan cara membandingkan persepsi setiap konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dan diterima atau diperoleh dengan pemberian pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau di inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan dalam suatu

perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, dalam hal ini perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat bahwa konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

2.5 Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu keadaan yang telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan holistik (Kolcaba, 2003). Terpenuhinya kenyamanan dapat membuat seseorang memiliki dan merasakan perasaan sejahtera pada dirinya sendiri. Kenyamanan dapat berupa suatu keadaan yaitu keadaan nyaman, segar dan sejuk. Kenyamanan yang dirasakan oleh seseorang tidak dapat kita ketahui untuk tingkat kenyamanannya baik secara langsung maupun dengan melakukan pengamatan luar terhadap seseorang tersebut, untuk dapat mengetahuinya dapat dilakukan dengan menanyakan langsung kepada orang tersebut mengenai seberapa nyaman diri mereka, dan yang akan menggunakan istilah-istilah yang berkelanjutan, seperti agak tidak nyaman, mengganggu, sangat tidak nyaman hingga mengkhawatirkan.

Menurut Kolcaba (2003) terdapat beberapa aspek kenyamanan diantaranya sebagai berikut:

1. Kenyamanan fisik, yang berkaitan dengan sensasi tubuh yang dirasakan oleh individu itu sendiri.
2. Kenyamanan psikospiritual, yang berkaitan dengan kesadaran internal diri, yang meliputi konsep diri, harga diri, makna kehidupan, seksualitas hingga hubungan yang sangat dekat dan lebih tinggi.
3. Kenyamanan lingkungan, yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi dan pengaruh dari luar kepada manusia seperti temperatur, warna, pencahayaan, kebisingan, dan lain-lainnya.
4. Kenyamanan sosiokultur, yang berkaitan dengan hubungan antar personel, keluarga, dan sosial atau masyarakat (keuangan, perawatan kesehatan, kegiatan religious, tradisi keluarga/masyarakat dan sebagainya).

Selain dari aspek kenyamanan terdapat juga untuk tingkatan kenyamanan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Relief*, yaitu level kenyamanan paling dasar, kenyamanan ini dirasakan ketika tubuh dalam kondisi bebas dari rasa sakit apapun.
2. *Ease*, yaitu level kenyamanan yang lebih tinggi. Tingkatan kenyamanan yang dirasakan ketika tidak hanya tubuh saja yang merasakan kenyamanan tersebut, tetapi juga kenyamanan secara pikiran atau psikologis.
3. *Transcendence*, yaitu level kenyamanan tertinggi. Kenyamanan ini dirasakan sampai pada tingkat spiritual dan rohani.

Menurut Gasperzs (1997) kenyamanan menjadi dimensi yang harus diperhatikan guna untuk meningkatkan mutu pelayanan, kenyamanan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan yaitu dengan melakukan hal-hal yang berkaitan yaitu seperti lokasi, ruang, tempat pelayanan, kemudahan dalam menjangkau, tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, serta pemberian petunjuk-petunjuk dan lain-lainnya. Kenyamanan menjadi suatu hal yang diharapkan oleh setiap masyarakat dalam melakukan suatu aktivitas pada suatu tempat.

2.6 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi. SEM mulai dikemukakan oleh para ahli statistika pada tahun 1950 yang mencari metode untuk membuat model yang dapat menjelaskan hubungan di antara variabel-variabel (Santoso, 2011). SEM banyak digunakan dalam berbagai bidang ilmu khususnya dalam ilmu-ilmu sosial dengan tujuan untuk melihat keterkaitan antara variabel penelitian. Metode pendugaan yang umumnya digunakan adalah metode Maksimum Likelihood. Pendugaan sampel dari metode ini digunakan minimal 10 kali banyaknya indikator atau lebih dari 100 unit pengamatan yang dilakukan, dan data yang digunakan menyebar mengikuti sebaran normal multivariate (Jaya & Sumertajaya, 2008).

SEM terdiri dari dua pendekatan yaitu: 1) SEM berbasis *covariance* (CB-SEM) dan 2) SEM pendekatan *variance* (VB-SEM) dengan teknik PLS SEM.

Menurut Monecke & Leisch (2012) terdapat beberapa ciri-ciri dari masing-masing pendekatan tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. SEM dengan menggunakan PLS hanya mengizinkan model hubungan antar variabel yang *recursif* (sarah) saja. Hal ini sama dengan model analisis jalur (*path analysis*) tidak sama dengan SEM yang berbasis *covariance* yang mengizinkan juga terjadinya hubungan *non-recursif* (timbang-balik).
2. Data yang digunakan dalam PLS - SEM tidak harus memenuhi persyaratan asumsi normalitas data, dengan demikian PLS - SEM memberikan kelonggaran pada data yang tidak terdistribusi normal. Hal ini berbeda dengan SEM yang berbasis *covariance* yang selama ini dikenal bahwa normalitas data menjadi suatu keharusan dalam prosedur tersebut. Dengan demikian PLS – SEM menjadi suatu prosedur alternatif selain SEM berbasis *covariance*, karena dalam hal ini kita masih sering menemukan bahwa data yang akan kita olah tidak terdistribusi secara normal.
3. Data yang diolah dengan menggunakan SEM – PLS sebaiknya merupakan data dengan skala pengukuran interval. Hal ini memberikan kelonggaran kepada pengguna untuk menggunakan skala pengukuran selain interval, dimana untuk SEM berbasis *covariance* hal ini tidak diizinkan.
4. SEM – PLS dapat menggunakan ukuran sampel yang lebih kecil tidak seperti SEM berbasis *covariance* yang mengharuskan peneliti untuk menggunakan ukuran sampel yang besar. Hal ini dikarenakan SEM merupakan suatu prosedur yang dikategorikan kedalam prosedur multivariate dimana untuk semua prosedur multivariate mengharuskan jumlah data yang besar, misalnya setidaknya 400. Sebaliknya SEM – PLS tidak mengharuskan peneliti menggunakan jumlah data yang besar. Dengan demikian prosedur ini memberikan keuntungan bagi pengguna ketika kesulitan mencari data dalam jumlah besar.
5. Memperbolehkan indikator formatif dalam mengukur variabel laten selain indikator reflektif. Hal ini tidak diizinkan dalam SEM berbasis *covariance* yang menggunakan indikator reflektif saja.

SEM – PLS cocok digunakan sebagai prosedur yang digunakan untuk mengembangkan teori pada tahap awal. Hal ini berbeda dengan SEM yang berbasis

covariance yang menggunakan teori untuk dikonfirmasi dengan menggunakan data sampel.



III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

1.1 Kerangka Pemikiran

Wisata Keboen Kopi Karanganjara merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Blitar Jawa Timur. Wisata Keboen Kopi Karanganjara menjadi pilihan untuk dikunjungi ketika berada di Kota Blitar. Wisata ini menjadi *icon* wisata baru di Blitar yang tentunya banyak diminati oleh wisatawan dari berbagai kalangan. Wisata ini merupakan wisata yang dapat dinikmati semua orang, karena banyak memberikan fasilitas yang menarik khususnya untuk pengunjung anak-anak, orang dewasa dan orang tua karena wisata Keboen Kopi Karanganjara memberikan berbagai obyek wisata yang berbeda. Objek wisata yang diberikan yaitu edukasi sejarah dari bangunan wisata yang merupakan bangunan dari peninggalan Belanda hingga wisata alamnya yang dikelola dengan sangat baik serta menyajikan wisata kopi yang dapat dinikmati oleh pengunjung, sehingga wisata ini menjadi wisata lain dari yang lain khususnya untuk di wilayah Blitar.

Wisata Keboen Kopi Karanganjara merupakan wisata yang berbeda dengan wisata yang lain terkait penyajian wisata yang diberikan yaitu lebih kepada wisata edukasi dan sejarah. Wisata ini juga terdapat beberapa kendala yang menjadi kekurangan, sehingga perlu untuk terus dikembangkan kembali guna meningkatkan kunjungan wisatawan lain. Kendala yang ada dari tempat wisata diantaranya yaitu masih terdapat area kosong yang masih belum digunakan penempatannya, masih ditemui tata letak fasilitas yang kurang teratur, dan fasilitas lain terkait penataan fasilitas yang terdapat pada area lokasi wisata masih kurang baik sehingga hal ini tentu akan membuat pengunjung merasa tidak nyaman saat berada di lokasi wisata tersebut. Selain itu masih terdapat beberapa fasilitas kurang teratur dan kurang baik yaitu yang berkaitan dengan fasilitas tempat parkir, kondisi jalan menuju kebun kopi yang tidak didukung dengan baik, lokasi area *outbond* yang masih kurang dikelola dengan baik, dan bangunan pabrik kopi yang tidak dikelola serta tempat peristirahatan untuk pengunjung wisata yang masih kurang.

Berdasarkan potensi dan kendala yang ada di wisata Keboen Kopi Karanganjara tersebut, maka dapat dilakukan analisis terkait tata letak fasilitas dan

pelayanan terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata, sehingga hal tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap kunjungan wisata lain untuk berkunjung ke lokasi wisata. Tata letak fasilitas tentu akan berpengaruh pada kepuasan dari pengunjung wisata, sehingga dapat dilakukan analisis terkait tata letak fasilitas pada lokasi wisata. Tata letak fasilitas di Wisata Keboen Kopi Karanganyar tersebut diantaranya akses jalan menuju lokasi, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah, tampilan tata letak fasilitas dan penataan tata letak fasilitas.

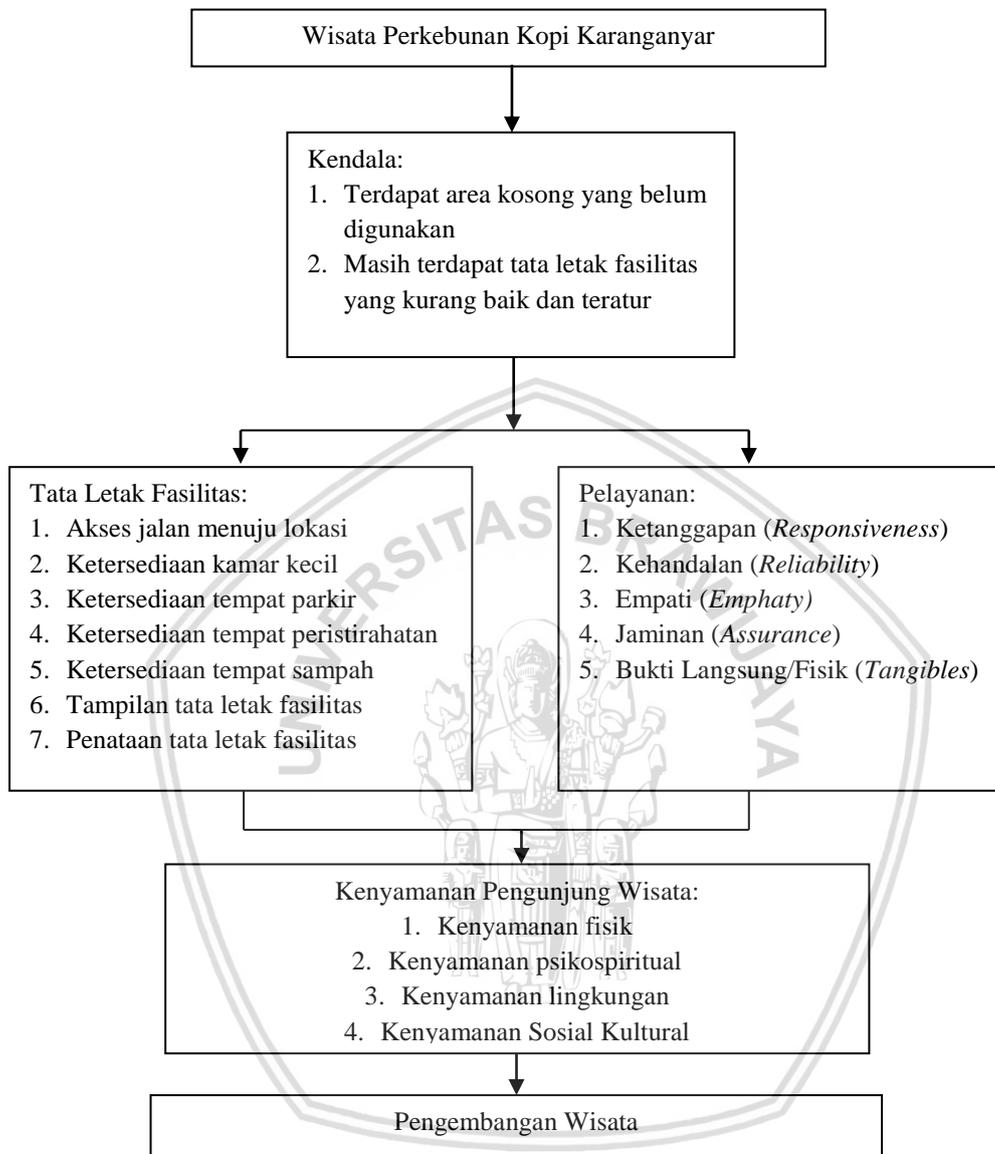
Tata letak fasilitas yang perlu diperhatikan kembali oleh pihak perusahaan yaitu akses jalan menuju lokasi serta penataan dan tampilan tata letak fasilitas. Hal ini disebabkan karena tata letak fasilitas tersebut berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung saat berada di lokasi wisata. Akses jalan menuju lokasi tentu akan berpengaruh pada mobilitas pengunjung untuk menikmati fasilitas-fasilitas lain yang diberikan di lokasi wisata. Hal ini jika akses jalan menuju lokasi tidak diberikan dengan baik seperti masih ditemukan jalan dengan kondisi rusak, kurang lebar dan masih kurang ditemukan petunjuk arah menuju lokasi wisata tentu akan berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata saat berada dalam perjalanan. Selain itu penataan dan tampilan tata letak fasilitas yang baik tentu akan memberikan kenyamanan kepada pengunjung serta kelengkapan dan kebutuhan saat di area wisata. Hasil dari analisis tata letak fasilitas tersebut, apakah berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung wisata yang selanjutnya dapat digunakan sebagai strategi dalam melakukan pengembangan wisata.

Tata letak fasilitas tentu memberikan pengaruh terhadap kenyamanan pengunjung wisata, selain itu pelayanan yang diberikan juga berpengaruh terhadap kenyamanan. Pelayanan yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu berdasarkan indikator dalam pengukur tingkat kenyamanan dari pengunjung wisata adalah 1) Bukti langsung/fisik (*Tangibles*) yaitu tetap menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian untuk karyawan wisata serta kebersihan di lokasi wisata; 2) Keandalan (*Reliability*) yaitu seperti melayani pengunjung dengan sopan, sesuai kebutuhan dan mengedepankan kepentingan pengunjung; 3) Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu pelayanan yang dilakukan seperti

membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan dari pengunjung saat di lokasi wisata; 4) Jaminan/kepastian (*Assurance*) yaitu pelayanan yang diberikan oleh pengunjung dengan membuat kepercayaan dari pengunjung, seperti ketepatan waktu operasional, pemberian informasi, serta kenyamanan dan keamanan yang dirasakan oleh pengunjung saat berada di lokasi wisata; 5) Empati (*Emphaty*) yaitu sikap peduli akan keinginan dari pengunjung wisata yang diberikan oleh karyawan.

Indikator dari pelayanan diharapkan dapat menjadi standarisasi yang digunakan oleh pihak Wisata Keboen Kopi Karanganyar dalam melakukan pelayanan yang lebih baik untuk pengunjung wisata. Hal ini selanjutnya tentu akan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung saat di lokasi Wisata Keboen Kopi Karanganyar, karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata maka tingkat kepuasan dan kenyamanan yang akan dirasakan oleh pengunjung juga akan meningkat. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang terhadap orang lain guna memenuhi kebutuhan mereka berdasarkan hak mereka. Seperti pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pengunjung saat di lokasi wisata, jika pengunjung membutuhkan informasi dari salah satu area di lokasi wisata dan pihak perusahaan/karyawan wisata dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dengan menyampaikan informasi yang jelas, mudah dimengerti, menyampaikan informasi dengan ramah dan bersahabat, maka hal ini tentu akan membuat pengunjung merasa nyaman dan bahagia. Selanjutnya akan berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung terkait dengan pemenuhan kebutuhan dari pengunjung saat berada di lokasi wisata. Analisis dari pelayanan tersebut dapat digunakan sebagai strategi dalam melakukan pengembangan wisata guna meningkatkan kunjungan wisata Keboen Kopi Karanganyar dan diharapkan wisata tersebut tetap terus berkembang.

Berikut ini merupakan kerangka pemikiran dari penelitian secara lengkap yang ditunjukkan pada skema 1 sebagai berikut:



Keterangan:

→ = Alur Penelitian

Skema 1. Kerangka pemikiran pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung di Wisata Keboen Kopi Karanganyar

3.2 Hipotesis

Berdasarkan Skema 1 pada kerangka pemikiran di atas, maka dapat diperoleh hipotesis pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat tata letak fasilitas yang salah pada Wisata Keboen Kopi Karanganjur, sehingga berpotensi tidak ada pengaruh signifikan terhadap kenyamanan pengunjung wisata.
2. Pelayanan yang diberikan pada tempat Wisata Keboen Kopi Karanganjur yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance*, *tangibles* memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan pengunjung wisata.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengetahui variabel apa saja yang dibutuhkan serta penjelasan dari setiap variabel yang dibutuhkan ketika melakukan pengumpulan data dalam pelaksanaan penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian terkait tata letak fasilitas dengan 7 indikator yang digunakan yaitu diantaranya akses jalan menuju lokasi, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah, tampilan tata letak fasilitas dan penataan tata letak fasilitas. Pada variabel pelayanan terdapat 5 indikator yaitu ketanggapan (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan bukti langsung/fisik (*tangibles*). Selanjutnya untuk variabel kenyamanan sendiri terdiri dari 4 indikator diantaranya yaitu kenyamanan fisik, kenyamanan psikospiritual, kenyamanan lingkungan, dan kenyamanan sosial kultural. Penelitian ini menganalisis apakah terdapat pengaruh variabel tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung di wisata Keboen Kopi Karanganjur. Variabel yang digunakan selanjutnya didefinisikan terlebih dahulu. Berikut ini merupakan tabel dari definisi operasional dan pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
Perencanaan tata letak berkaitan dengan desain, tata letak (<i>layout</i>), lokasi, dan akomodasi orang, mesin, dan kegiatan dari sistem atau manufaktur/jasa yang berkaitan dengan lingkungan atau tempat yang bersifat fisik (Arif, 2017)	Tata letak fasilitas	Tata cara dalam pengaturan fasilitas-fasilitas suatu pabrik/perusahaan yang bertujuan untuk menunjang kelancaran dalam proses produksi serta operasi di dalam perusahaan	Akses jalan menuju lokasi wisata	<i>Scoring</i> dengan skala <i>likert</i> : 5 = sangat setuju (sangat mudah dilalui) 4 = setuju (mudah dilalui) 3 = cukup setuju (cukup mudah dilalui) 2 = tidak setuju (tidak mudah dilalui) 1 = sangat tidak setuju (sangat tidak mudah dilalui)
			Ketersediaan fasilitas kamar kecil di lokasi wisata	5 = sangat setuju (tersedia dalam jumlah yang banyak, > 4 toilet) 4 = setuju (banyak, 4 toilet pada masing-masing area) 3 = cukup setuju (cukup banyak, 3 toilet) 2 = tidak setuju (sedikit, 2 toilet) 1 = sangat tidak setuju (sangat sedikit, hanya 1 toilet)

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
			Ketersediaan tempat parkir di lokasi wisata	5 = sangat setuju (sangat aman) 4 = setuju (aman) 3 = cukup setuju (cukup aman) 2 = tidak setuju (tidak aman) 1 = sangat tidak setuju (sangat tidak aman)
			Ketersediaan tempat peristirahatan di lokasi wisata	5 = sangat setuju (sangat lengkap, terdapat gazebo, kantin, <i>coffee shop</i> , terdapat tempat duduk dan penginapan) 4 = setuju (lengkap, terdapat kantin, <i>coffee shop</i> , terdapat tempat duduk dan penginapan) 3 = cukup setuju (cukup lengkap, terdapat kantin, <i>coffee shop</i> , dan terdapat tempat duduk) 2 = tidak setuju (tidak lengkap, terdapat kantin dan <i>coffee shop</i>) 1 = sangat tidak setuju

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
			Ketersediaan tempat sampah di lokasi wisata	(sangat tidak lengkap, hanya terdapat kantin) 5 = sangat setuju (tersedia tempat sampah dan kebersihan terjaga di setiap area wisata) 4 = setuju (tersedia tempat sampah disetiap area wisata) 3 = cukup setuju (tersedia tempat sampah hanya beberapa area wisata) 2 = tidak setuju (tersedia tempat sampah hanya di tengah area wisata) 1 = sangat tidak setuju (hanya tersedia TPA)
			Tampilan tata letak fasilitas di lokasi wisata	5 = sangat setuju (sangat menarik) 4 = setuju (menarik) 3 = cukup setuju (cukup menarik) 2 = tidak setuju (tidak menarik) 1 = sangat tidak setuju (sangat tidak menarik)

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
			Penataan tata letak fasilitas di lokasi wisata	5 = sangat setuju (sangat tertata) 4 = setuju (tertata) 3 = cukup setuju (cukup tertata) 2 = tidak setuju (tidak tertata) 1 = sangat tidak setuju (berantakan)
Pelayanan merupakan suatu proses dalam pemenuhan kebutuhan seseorang yang dilakukan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Moenir, 2005)	Pelayanan	Suatu aktivitas yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) guna memenuhi kebutuhan konsumen	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) Kemampuan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pengunjung di lokasi wisata	5 = sangat setuju (cepat dan tepat, tanggap, cekatan, dan sigap terhadap keinginan pengunjung) 4 = setuju (cepat dan tepat, tanggap dan sigap terhadap keinginan pengunjung) 3 = cukup setuju (cepat dan tepat, tanggap) 2 = tidak setuju (kurang peka) 1 = sangat tidak setuju (tidak peka)
			Kehandalan (<i>Reliability</i>) Melayani pengunjung	5 = sangat setuju (sopan, perhatian, mengedepankan

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
		dengan sopan, sesuai kebutuhan dan mengedepankan kepentingan pengunjung		kepentingan pengunjung, dan selalu bersikap baik) 4 = setuju (sopan, perhatian, mengedepankan kepentingan pengunjung) 3 = cukup setuju (sopan dan perhatian) 2 = tidak setuju (sopan, tetap tidak perhatian) 1 = sangat tidak setuju (tidak perhatian)
		Empati (<i>Emphaty</i>) Karyawan wisata peduli akan keinginan dari pengunjung		5 = sangat setuju (peduli, ramah, hangat saat berkomunikasi dan memahami kebutuhan pengunjung) 4 = setuju (peduli, ramah, hangat sangat berkomunikasi) 3 = cukup setuju (peduli dan ramah) 2 = tidak setuju (peduli) 1 = sangat tidak setuju (tidak peduli dan tidak ramah)

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
		<p>Jaminan (<i>Assurance</i>) Dapat memberikan kepercayaan kepada pengunjung (seperti ketepatan waktu operasional, pemberian informasi, serta kenyamanan dan keamanan di lokasi wisata</p>		<p>5 = sangat setuju (dapat dipercaya, ketepatan waktu operasional, penyampaian informasi, serta kenyamanan dan keamanan) 4 = setuju (dapat dipercaya, ketepatan waktu operasional, penyampaian informasi dan keamanan) 3 = cukup setuju (dapat dipercaya, ketepatan waktu operasional, dan keamanan) 2 = tidak setuju (ketepatan waktu operasional dan keamanan) 1 = sangat tidak setuju (tidak tepat waktu operasional)</p>
		<p>Bukti Langsung/Fisik (<i>Tangibles</i>) Menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian serta kebersihan di lokasi</p>		<p>5 = sangat setuju (menjaga kerapian dan kebersihan berpakaian serta kebersihan lokasi wisata)</p>

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
			Wisata	4 = setuju (menjaga kerapian dan kebersihan berpakaian) 3 = cukup setuju (hanya menjaga kerapian berpakaian) 2 = tidak setuju (kurang menjaga kerapian dan kebersihan berpakaian) 1 = sangat tidak setuju (tidak menjaga kerapian dan kebersihan berpakaian)
Kenyamanan Suatu keadaan yang telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan holistik (Kolcaba, 2003)	Kenyamanan	Suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang dan lebih kepada terpenuhinya kebutuhan individu seseorang tersebut	Kenyamanan fisik Sensasi tubuh pengunjung terhadap perjalanan wisata yang telah dilakukan. Pengunjung wisata merasa puas seperti bahagia, tubuh <i>fresh</i> , dan kepenatan hilang serta tidak lelah setelah berkunjung ke lokasi wisata	5 = sangat setuju (sangat merasa puas, bahagia, tubuh <i>fresh</i> , kepenatan hilang, dan tidak lelah) 4 = setuju (merasa puas, bahagia, tubuh <i>fresh</i> , kepenatan hilang, dan tidak lelah) 3 = cukup setuju (cukup puas, bahagia, tubuh <i>fresh</i> , dan kepenatan hilang) 2 = tidak setuju (tidak puas, lelah)

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
				1 = sangat tidak setuju (sangat tidak puas, lelah, semakin penat)
		<p>Kenyamanan Psikospiritual Perasaan pengunjung saat berada di lokasi wisata. Pengunjung wisata merasa aman dan nyaman saat berada di lokasi wisata</p>		<p>5 = sangat setuju (tidak khawatir, tidak takut, tidak cemas, tidak stress) 4 = setuju (tidak khawatir, tidak takut, tidak cemas) 3 = cukup setuju (tidak khawatir dan tidak takut) 2 = tidak setuju (khawatir) 1 = sangat tidak setuju (terancam, khawatir)</p>
		<p>Kenyamanan Lingkungan Pengunjung merasakan lingkungan yang sejuk, tenang, pencahayaan yang tidak gelap sehingga membuat pengunjung merasa nyaman dan menikmati kunjungan wisata</p>		<p>5 = sangat setuju (sejuk, sangat tenang, sangat terang terang) 4 = setuju (sejuk, tenang, terang) 3 = cukup setuju (hangat, cukup tenang, cukup terang) 2 = tidak setuju (panas, ramai, sesak, redup) 1 = sangat tidak setuju (sangat panas, sangat ramai, gelap)</p>

Tabel 1. Lanjutan

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran Indikator
		<p>Kenyamanan Sosial Kultur Hubungan yang baik antar personel, keluarga, dan sosial atau masyarakat yang akan membuat pengunjung merasa nyaman saat berada di lokasi wisata</p>		<p>5 = sangat setuju (terjalannya hubungan yang baik dengan personel, keluarga, dan masyarakat) 4 = setuju (terjalannya hubungan yang baik dengan personel dan keluarga) 3 = cukup setuju (hanya terjalannya hubungan dengan personel) 2 = tidak setuju (tidak adanya hubungan yang baik) 1 = sangat tidak setuju (hubungan semakin tidak harmonis)</p>

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang lebih menekankan pada keluasan informasi yang dibutuhkan sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan, karena populasi yang digunakan sangat luas serta tidak diketahui dan variabel yang terbatas yaitu sebanyak 3 variabel, sehingga nantinya data dan hasil penelitian dapat dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi. Pendekatan penelitian yang digunakan ini juga bertujuan untuk menguji teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terkait tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan.

4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi pada penelitian ini dilakukan secara sengaja yaitu di salah satu Wisata Keboen Kopi Karanganjur, wisata ini berada di Desa Modangan Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Pemilihan lokasi ini dikarenakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan yang telah diberikan oleh pengelola wisata terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Tempat wisata tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata yang lebih baik lagi berdasarkan kebutuhan dari pengunjung wisata, yang dapat dilihat dari tata letak fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata Keboen Kopi Karanganjur. Waktu penelitian dalam pengambilan data dilakukan pada bulan Februari sampai bulan April 2018 dengan kunjungan penelitian setiap hari karena lokasi penelitian yang merupakan tempat wisata.

4.3 Metode Penentuan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung wisata dari tempat wisata Keboen Kopi Karanganjur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling*, untuk metode pengambilan sampelnya secara *accidental sampling*. Hal ini dikarenakan pengunjung wisata Keboen Kopi

Karanganjar tidak diketahui jumlah populasi dan peluang terpilih menjadi sampel tidak diketahui dengan pasti.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan formula dari Lemeshow untuk populasi tidak diketahui jumlahnya. Adapun rumus dari formula Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada 95% proporsi sampel pada kesalahan standar proporsi populasi, dengan nilai 1,96

p = maksimal estimasi, dengan nilai 0,5

d = alpha atau tingkat eror sebesar 10%

(Lemeshow, Jr, Klar, & Lwanga, 1990)

Berdasarkan perhitungan rumus dari Lemeshow di atas, jumlah pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat kesalahan (*error*) 10% sebanyak 96 responden yang digenapkan menjadi 100 responden, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2} = 96 \text{ reseponden, digenapkan menjadi 100 responden.}$$

4.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Berikut ini penjelasan dari masing-masing metode yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti untuk diajukan kepada narasumber untuk mendapatkan jawaban dan informasi yang diperlukan. Wawancara yang dilakukan langsung kepada pengunjung wisata terkait tata letak fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata Keboen Kopi Karanganjjar.

2. Observasi

Kegiatan observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mendatangi lokasi penelitian untuk melihat secara langsung dengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya terkait tata letak fasilitas awal pada tempat penelitian tersebut. Observasi yang dilakukan untuk mendapatkan data berupa rancangan tata letak dan jumlah pengunjung wisata yang berkunjung selama penelitian berlangsung. Observasi ini dilakukan setiap hari, dikarenakan lokasi penelitian merupakan tempat wisata.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yang dilakukan untuk penelitian ini yaitu dengan mendapatkan informasi dari pihak-pihak instansi yang terkait dengan penelitian ini. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang dibutuhkan dan sebagai data pelengkap dari hasil lapang yang telah diperoleh.

4.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka metode analisis data yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

4.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran umum tentang tempat penelitian yaitu tempat wisata Keboen Kopi Karanganjari. Analisis deskriptif ini juga dapat dilakukan untuk mendeskripsikan tentang penerapan tata letak fasilitas pada tempat wisata terkait data yang telah didapatkan dari pemilik atau pengelola wisata Keboen Kopi Karanganjari, selain itu analisis deskriptif dapat digunakan untuk mendeskripsikan tentang keadaan responden secara objektif dan juga dapat membantu dalam menginterpretasikan hasil yang didapatkan tentang pengaruh tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata.

4.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif ini digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari hasil informasi dan jawaban responden. Data yang diperoleh dari responden yaitu berupa hasil dari kuesioner selanjutnya diolah dan dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode statistik. Adapun teknik yang digunakan dalam analisis kuantitatif ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

Uji instrumen yang dilakukan pada penelitian ini yaitu untuk menguji alat penelitian yang digunakan yaitu menguji kuesioner. Uji instrumen data yang dilakukan dengan menggunakan 3 variabel yaitu variabel tata letak fasilitas, variabel pelayanan dan variabel kenyamanan yang masing-masing variabel memiliki indikator. Hasil uji berupa nilai validitas dan reliabilitas dari masing-masing indikator yang digunakan pada model. Sampel yang digunakan pada uji instrumen ini adalah sebesar 30 responden dengan pertanyaan sebanyak 16 indikator/item pertanyaan. Berikut ini merupakan hasil nilai dari uji instrumen data yang dilakukan dengan beberapa uji.

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada kuesioner dilakukan untuk mengetahui apakah pernyataan pada indikator/item pertanyaan dari kuesioner layak untuk diteliti. Terdapat 3 variabel yang akan dilakukan uji validitas diantaranya yaitu variabel tata letak fasilitas dengan 7 indikator/item pertanyaan, variabel pelayanan dengan 5 indikator dan variabel kenyamanan dengan 4 indikator, masing-masing indikator yang akan menghasilkan nilai uji yang berbeda-beda. Pada uji validitas yang menjadi syarat adalah hasil nilai dari r-hitung yang harus lebih dari nilai r-tabel dan nilai signifikan. Nilai r-tabel yang digunakan dengan sampel sebesar 30 responden adalah 0,361. Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas kuesioner yang akan digunakan pada penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai Sig.	Keterangan
Tata Letak Fasilitas	X1.1	0,642	0,361	0,000	Valid
	X1.2	0.668	0.361	0.000	Valid
	X1.3	0.756	0.361	0.000	Valid
	X1.4	0.609	0.361	0.000	Valid
	X1.5	0.588	0.361	0.001	Valid
	X1.6	0.544	0.361	0.002	Valid
	X1.7	0.688	0.361	0.003	Valid
Pelayanan	X2.1	0.781	0.361	0.000	Valid
	X2.2	0.662	0.361	0.000	Valid
	X2.3	0.803	0.361	0.000	Valid
	X2.4	0.745	0.361	0.000	Valid
	X2.5	0.744	0.361	0.000	Valid
Kenyamanan	Y1.1	0.893	0.361	0.000	Valid
	Y1.2	0.875	0.361	0.000	Valid
	Y1.3	0.847	0.361	0.000	Valid
	Y1.4	0.849	0.361	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil nilai pada Tabel 2 diketahui bahwa dari 16 indikator/item pertanyaan yang digunakan menghasilkan nilai r-hitung lebih dari nilai r-tabel (0,361) dengan nilai signifikan yang dihasilkan $< 0,05$, sehingga hasil uji validitas pada indikator/item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Selain harus valid, kuesioner penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Berikut ini merupakan nilai hasil uji dari uji reliabilitas yang dilakukan dengan sampel sebanyak 30 orang responden, sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Tata Letak Fasilitas (X1)	0,754	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,798	Reliabel
Kenyaman (Y1)	0,884	Reliabel

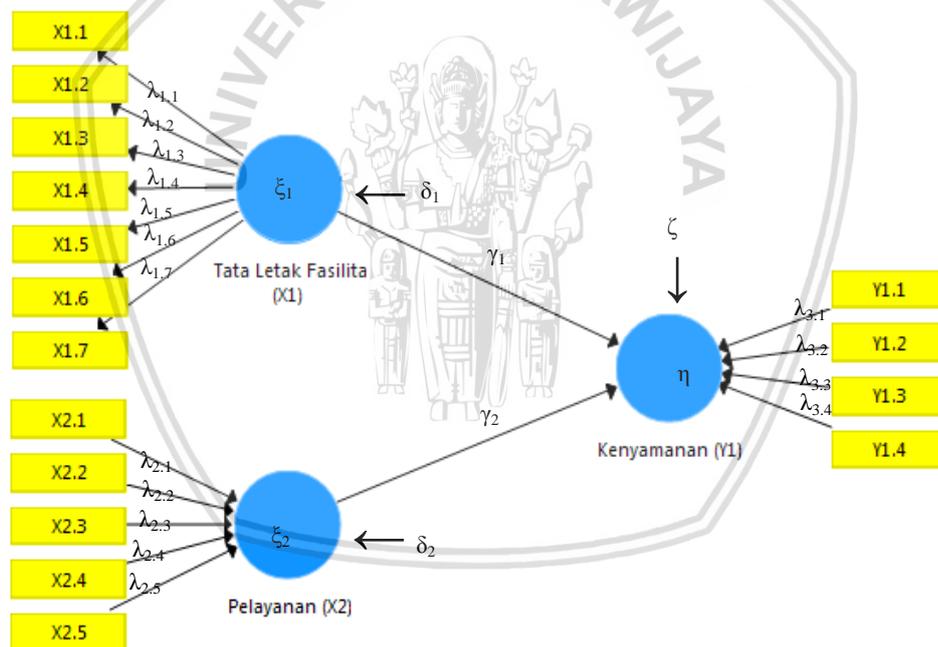
Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil nilai Tabel 3 dapat diketahui bahwa uji reliabilitas terhadap 30 orang responden menunjukkan hasil variabel yang dapat dinyatakan

konstruk, dalam arti lain hasil pencerminan dari indikatornya, sehingga variabel yang bersifat reflektif jika indikator dihilangkan tidak akan mempengaruhi variabelnya sendiri sedangkan indikator formatif merupakan indikator yang bersifat mendefinisikan karakteristik atau menjelaskan konstruk, arti lain variabel laten yang dibentuk (disusun) oleh indikatornya. Maka dalam hal ini jika indikator dihilangkan maka akan berpengaruh terhadap variabelnya. Hal ini sesuai dengan model pada penelitian ini, indikator yang terbentuk yaitu indikator reflektif dan indikator formatif.

Berikut ini merupakan tahapan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kontruksi Diagram Jalur. Tahapan ini merupakan tahap pertama dalam pembuatan model struktural dan model indikator.



Skema 2. Kontruksi model diagram jalur

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Keterangan:

-  = Variabel Laten
-  = Variabel Manifest/ Indikator
-  = Koefisien Jalur

Dari skema di atas dapat dibentuk Persamaan Model Struktural (*inner model*), yaitu sebagai berikut:

$$\eta = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \zeta$$

η = Kenyamanan pengunjung wisata

γ_1 = Koefisien variabel tata letak fasilitas terhadap kenyamanan pengunjung Wisata Keboen Kopi Karanganyar

γ_2 = Koefisien variabel pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung Wisata Keboen Kopi Karanganyar

ξ_1 = Tata letak fasilitas

ξ_2 = Pelayanan

ζ, δ = Galat dalam model

Selanjutnya dapat dibentuk Persamaan Pengukuran sebagai berikut ini:

Tabel 4. Persamaan *Outer Model*

Jenis Variabel	Konstruk	Persamaan <i>Outer Model</i>
Variabel Eksogen	Tata Letak Fasilitas (ξ_1)	$X_{1.1} = \lambda_{1.1}\xi_1 + \delta_1$ $X_{1.2} = \lambda_{1.2}\xi_1 + \delta_2$ $X_{1.3} = \lambda_{1.3}\xi_1 + \delta_3$ $X_{1.4} = \lambda_{1.4}\xi_1 + \delta_4$ $X_{1.5} = \lambda_{1.5}\xi_1 + \delta_5$ $X_{1.6} = \lambda_{1.6}\xi_1 + \delta_6$ $X_{1.7} = \lambda_{1.7}\xi_1 + \delta_7$
	Pelayanan (ξ_2)	$\xi_2 = \lambda_{2.1}X_{2.1} + \lambda_{2.2}X_{2.2} + \lambda_{2.3}X_{2.3} + \lambda_{2.4}X_{2.4} + \lambda_{2.5}X_{2.5} + \delta_2$
Variabel Endogen	Kenyamanan Pengunjung (η)	$\eta = \lambda_{3.1}Y_{1.1} + \lambda_{3.2}Y_{1.2} + \lambda_{3.3}Y_{1.3} + \lambda_{3.4}Y_{1.4} + \zeta$

Keterangan:

$X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}, X_{1.6}, X_{1.7}$

= Indikator tata letak fasilitas

$X_{2.1}, X_{2.2}, X_{2.3}, X_{2.4}, X_{2.5}$

= Indikator pelayanan

$Y_{1.1}, Y_{1.2}, Y_{1.3}, Y_{1.4}$

= Indikator kenyamanan pengunjung

$\lambda_{1.1}, \lambda_{1.2}, \lambda_{1.3}, \lambda_{1.4}, \lambda_{1.5}, \lambda_{1.6}, \lambda_{1.7}$

= Koefisien indikator variabel tata letak fasilitas

$\lambda_{2.1}, \lambda_{2.2}, \lambda_{2.3}, \lambda_{2.4}, \lambda_{2.5}$

= Koefisien indikator variabel pelayanan

$\lambda_{3.1}, \lambda_{3.2}, \lambda_{3.3}, \lambda_{3.4}$

= Koefisien indikator variabel kenyamanan

ξ_1	= Tata letak fasilitas
ξ_2	= Pelayanan
η	= Kenyamanan pengunjung
δ_1, δ_2	= Galat dalam model
ζ	= Galat dalam model

Skema 2 di atas menunjukkan bahwa model mempunyai 2 variabel laten eksogen (variabel bebas), yaitu X1 dan X2 dengan satu variabel laten endogen (variabel terikat), yaitu Y1. Variabel X1 diukur oleh indikator secara reflektif dan variabel X2 dan Y3 diukur oleh indikator secara formatif. variabel X1 diukur oleh 7 indikator yaitu X1.1; X1.2; X1.3; X1.4; X1.5; X1.6; X1.7 sedangkan variabel X2 diukur oleh 5 indikator yaitu X2.1; X2.2; X2.3; X2.4; X2.5, dan untuk variabel Y1 diukur dengan 4 indikator yaitu Y1.1; Y1.2; Y1.3; Y1.4.

2. Evaluasi Model Pengukuran. Evaluasi model dalam penelitian ini dengan menggunakan SEM-PLS akan melewati dua tahapan yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktur. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten. Evaluasi model struktural (*inner model*) bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value*. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. *Indicator Reliability*, menunjukkan besarnya *variance* dari indikator/item yang berfungsi untuk menjelaskan konstruk laten. Parameter dari nilai *indicator reliability* yaitu berdasarkan dari nilai *loading factor* yaitu > 0.70 maka indikator/item dapat diterima. Hal tersebut merupakan nilai untuk konstruk berbentuk reflektif, sedangkan untuk konstruk berbentuk formatif parameter dari nilai *Indicator reliability* dengan melihat nilai *signifikan weight* yaitu minimal nilai *P-value* < 0.05 , sehingga indikator/item pada model dapat memenuhi kriteria dari *indicator reliability* (Latan & Ghazali, 2017).
- b. *Internal Consistency* atau *Construct Reliability*, dapat dihitung dengan parameter nilai *composite reliability* (CR). Nilai dari *composite reliability*

(CR) > 0.70, maka jika nilai CR > 0.70 dapat diterima. Berikut ini merupakan formulai CR.

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \varepsilon_i}$$

- c. *Convergent Validity*, parameter dalam *convergent validity* adalah nilai dari *Average Variance Extracted* (AVE). nilai minimal untuk AVE adalah kurang dari 0.50, hal ini menunjukkan bahwa ukuran *convergent validity* baik (Latan & Ghozali, 2017). Berikut ini merupakan formula dari *Average Variance Extracted* (AVE).

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum i \text{ var} (\varepsilon_i)}$$

- d. *Discriminant Validity*, parameter dalam nilai *discriminant validity* ini yaitu nilai dari akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten, dengan nilai akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten.
- e. *Collinearity*, digunakan untuk evaluasi model formatif. Konstruk formatif merupakan hubungan regresi bergandi dari indikator ke konstruk, maka isu *collinearity* menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Parameter dari *collinearity* yaitu dengan melihat ukuran *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai VIF < 5 atau < 3,3 dan *tolerance* dengan nilai *tolerance* > 0.20 atau 0.30 (Latan & Ghozali, 2017). Berikut ini merupakan formula dari VIF.

$$VIF = \frac{1}{1 - f^2}$$

3. Evaluasi Model Struktural. Tahapan ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari nilai *P-value*. Penilaian model struktural atau *inner model* dengan PLS, dapat dilihat dengan besarnya presentase *variance* yang dijelaskan oleh nilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural, dilakukan test untuk menguji *predictive relevance*, dan *goodness of fit* (GoF) untuk mengukur fit secara keseluruhan. Nilai R-Square yang didapatkan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen pada model penelitian yang digunakan terhadap variabel laten endogen apakah antar variabel tersebut mempunyai pengaruh

yang substantif, sedangkan uji *predictive relevance* digunakan untuk mengetahui apakah model mempunyai *predictive relevance* atau tidak. Selanjutnya untuk langkah terakhir dari evaluasi model struktural yang harus dilakukan adalah dengan melihat nilai signifikansi P-value untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang berdasarkan hipotesis yang dibangun melalui prosedur resampling.

Berikut ini merupakan formulai dari nilai GoF.

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{Communality} \times \text{ARS}}$$

Nilai *communality* diperoleh dengan mengkuadratkan nilai *loading* dengan nilai 0.1 (GoF *small*), 0.25 (GoF *moderat*) dan 0.36 (GoF *large*) (Latan & Ghazali, 2017)

4. Pengujian Hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode *resampling* Bootstrap. Pengujian dilakukan dengan uji nilai t dimana nilai *p-value* ≤ 0.05 (alpha 5%) dianggap signifikan. Berikut ini merupakan hipotesis statistik untuk *outer model*.

$H_0: \lambda_i = 0$ lawan $H_1: \lambda_i \neq 0$

Hipotesis statistik untuk *inner model* (pengaruh variabel laten eksogen terhadap endogen) adalah sebagai berikut:

$H_0: \gamma_i = 0$ lawan $H_1: \gamma_i \neq 0$

Pengujian dilakukan dengan uji t *test*, nilai dikatakan signifikan ketika hasil nilai *p-value* ≤ 0.05 (alpha 5%), sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa hasil dari hipotesis diterima. Sedangkan apabila nilai *p-value* ≥ 0.05 (alpha 5%), maka menerima H_0 dan menolak H_1 .

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Wisata Keboen Kopi Karanganyar

Wisata Keboen Kopi Karanganyar merupakan salah satu tempat wisata yang berada di Kabupaten Blitar, lokasi wisata yang tidak jauh dengan pusat Kota Blitar membuat tempat wisata ini sering di kunjungi oleh wisatawan lain dari berbagai daerah. Lokasi Wisata Keboen Kopi Karanganyar berada di Dusun Karanganyar Timur, Desa Modangan, Nglegok, Blitar, Jawa Timur. Wisata ini sebelumnya merupakan perkebunan kopi yang dibuka pada abad ke-19 oleh Belanda, dan menjadi satu kesatuan dengan perkebunan Candi Sewu. Selanjutnya pihak Belanda menetapkan bahwa tanaman yang cocok untuk dibudidayakan di lokasi ini adalah tanaman kopi dengan jenis robusta. Setelah pihak Belanda pergi dari Indonesia, perkebunan kopi diambil alih oleh Pemerintah RI dan dikelola ke pihak swasta dalam bentuk Hak Guna Usaha (HGU). Pada tahun 1960 Perkebunan Karanganyar dikelola oleh PT. Harta Mulia yang didirikan Denny Roshadi, yang sebelumnya beliau bekerja sebagai mandor perkebunan pada masa Kolonial Belanda. Sejak saat itu Perkebunan Karanganyar dikelola secara turun temurun oleh keluarga Roshadi hingga generasi ketiga.

Perkebunan Kopi Karanganyar saat ini lebih dikenal dengan nama Keboen Kopi Karanganyar atau “De Karanganyar Koffieplantage” serta yang beralih fungsi sebagai salah satu tempat wisata di Blitar. Pembukaan Wisata Keboen Kopi Karanganyar mulai diresmikan pada tahun 2016 dengan mengusung konsep wisata agro dengan menikmati kopi yang telah di petik dan diolah langsung dari perkebunan. Perkembangan pengunjung Wisata Keboen Kopi Karanganyar saat pembukaan wisata sangatlah meningkat. Berdasarkan data dari pihak wisata rata-rata jumlah pengunjung di akhir tahun 2016 hingga akhir tahun 2017 sekitar 11.000 pengunjung/bulan, sedangkan untuk tahun ini kunjungan pengunjung menurun drastis. Hal ini tentu membuat Wisata Keboen Kopi Karanganyar untuk terus melakukan perkembangan yang lebih baik untuk tetap mempertahankan pengunjung wisata yang lain, baik dari dalam kota Blitar maupun luar Kota Blitar. Wisata Keboen Kopi Karanganyar yang milik swasta, tidak terlepas dari hubungan kepada pemerintah. Hubungan kerja sama yang dilakukan salah satunya sebagai pihak sponsor dalam kegiatan di Kota Blitar yaitu kegiatan *Otomotive*

Contest & Meet Up Amazing Oto Gigz Blitar, serta acara tahunan yaitu Purnama Seruling Penatar di Kota Blitar. Wisata Keboen Kopi Karanganjara ikut terlibat dalam menyukseskan acara Purnama Seruling Penataran tersebut. Selain itu masih terdapat hubungan kerjasama khususnya kerjasama antar negara dengan bekerja sebagai relawan pengelola kopi (*volunteer*). Umumnya yang tertarik mengikuti program *volunteer* ini adalah wisatawan asal Eropa seperti Inggris, Belanda, dan Prancis. Kebanyakan turis tersebut tertarik datang untuk belajar kopi-kopi Nusantara. Serta kerjasama lain yang saat ini masih dalam rencana antar pihak khususnya rencana kepada pemerintah.

Wisata Keboen Kopi Karanganjara merupakan tempat wisata yang berbeda dengan tempat wisata yang lain. Hal ini karena fasilitas yang ditawarkan dengan kondisi lingkungan wisata yang tidak akan ditemukan pada wisata yang lain. Wisata Keboen Kopi Karanganjara dapat ditemukan dengan mudah pada internet untuk pengunjung yang sebelumnya belum pernah melakukan kunjungan dan ingin berkunjung. Fasilitas yang ditawarkan sangatlah bermacam-macam, hal ini tentu akan membuat pengunjung wisata merasa nyaman dan puas saat berada di lokasi Wisata Keboen Kopi Karanganjara tersebut. Selain fasilitas yang dapat dinikmati, pengunjung juga akan mendapatkan berbagai pengetahuan serta informasi yang berharga. Pengetahuan yang diberikan sangat beragam khususnya informasi sejarah dan kopi dari perkebunan Kopi Karanganjara.

Selanjutnya untuk lokasi Perkebunan Kopi secara keseluruhan sekitar \pm 223,8 Ha, luas ini terbagi menjadi beberapa area yaitu area wisata dengan luas sekitar 5 Ha dan sisa luas area keseluruhan digunakan untuk budidaya tanaman pertanian dengan komoditas utama adalah tanaman kopi. Area wisata yang dikelola perkebunan saat ini memberikan bermacam-macam fasilitas yang dikemas semenarik mungkin. Salah satu fasilitas yang disediakan adalah terdapat bangunan bersejarah dengan benda-benda yang bersejarah serta penampilan pada bagian eksterior dan interior yang akan membuat pengunjung merasa nyaman saat di lokasi wisata. Bangunan yang bersejarah tersebut yaitu bangunan dengan tulisan “De karanganjar Koffieplantage”, yang merupakan tulisan dalam bahasa Belanda dan menjadi salah satu *icon* saat berada di Wisata Keboen Kopi Karanganjara. Selain itu juga terdapat beberapa benda bersejarah yang dibuat

museum seperti Museum Pusaka, Museum Blitaran, dan Museum Purnabakti. Salah satu yang dapat menarik wisatawan lain yaitu Rumah Loeji, rumah dengan bangunan Belanda dan benda-benda bersejarah di dalamnya.

Fasilitas lain yang dapat ditemukan saat di lokasi wisata Keboen Kopi Karanganjari adalah terdapat arena bermain untuk anak-anak seperti area bermain dengan kandang rusa, *kinderdorp* (kota anak-anak), *sibe castle* (*kennel siberian husky*), stasiun *All-terrain Vehicle* (ATV), area pembibitan, area *outbond*. Selain itu juga terdapat beberapa fasilitas lain seperti *Koffieboomstraat* (jalan pohon kopi), *Tuin-Ster* (taman bintang), Restoran Perangko (Resko), *Wiem & Brem Ijse* (Kedai es krim), penginapan, pendopo, *Vredestuin* (Taman kedamaian) dan fasilitas yang sering dikunjungi adalah *Roosteren Kamer* (pengolahan kopi) dan *Ons Grootouders Cafe* (OG *café*). Fasilitas OG *café* ini disediakan untuk pengunjung yang menyukai kopi dan ingin menikmati kopi dari Perkebunan Kopi Karanganjari. Semua fasilitas yang disediakan oleh pengelola Wisata Keboen Kopi Karanganjari adalah untuk menunjang kebutuhan pengunjung wisata selama berada di lokasi wisata. Selain dilengkapi dengan fasilitas pendukung wisata, yang tidak kalah penting untuk pengunjung adalah pelayanan.

Pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata salah satunya adalah kebersihan di lokasi wisata, pelayanan dalam memandu pengunjung, serta pelayanan yang lain khususnya dalam memenuhi kebutuhan pengunjung saat di lokasi wisata. Pelayanan dilakukan oleh pihak Wisata Keboen Kopi Karanganjari dengan memberikan tugas dan tanggung jawab kepada para tenaga kerja wisata. Pemberian pelayanan yang baik tidak terlepas dari bantuan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan wisata. Tenaga kerja di Wisata Keboen Kopi Karanganjari berjumlah 71 orang dengan masing-masing tenaga kerja memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam mengelola Wisata Keboen Kopi Karanganjari menjadi wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung wisata.

5.1.1 Visi dan Misi Wisata Keboen Kopi Karanganjjar

Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan agrobisnis dan agrowisata yang berkarakter unik dan berdaya saing tinggi di dunia internasional.

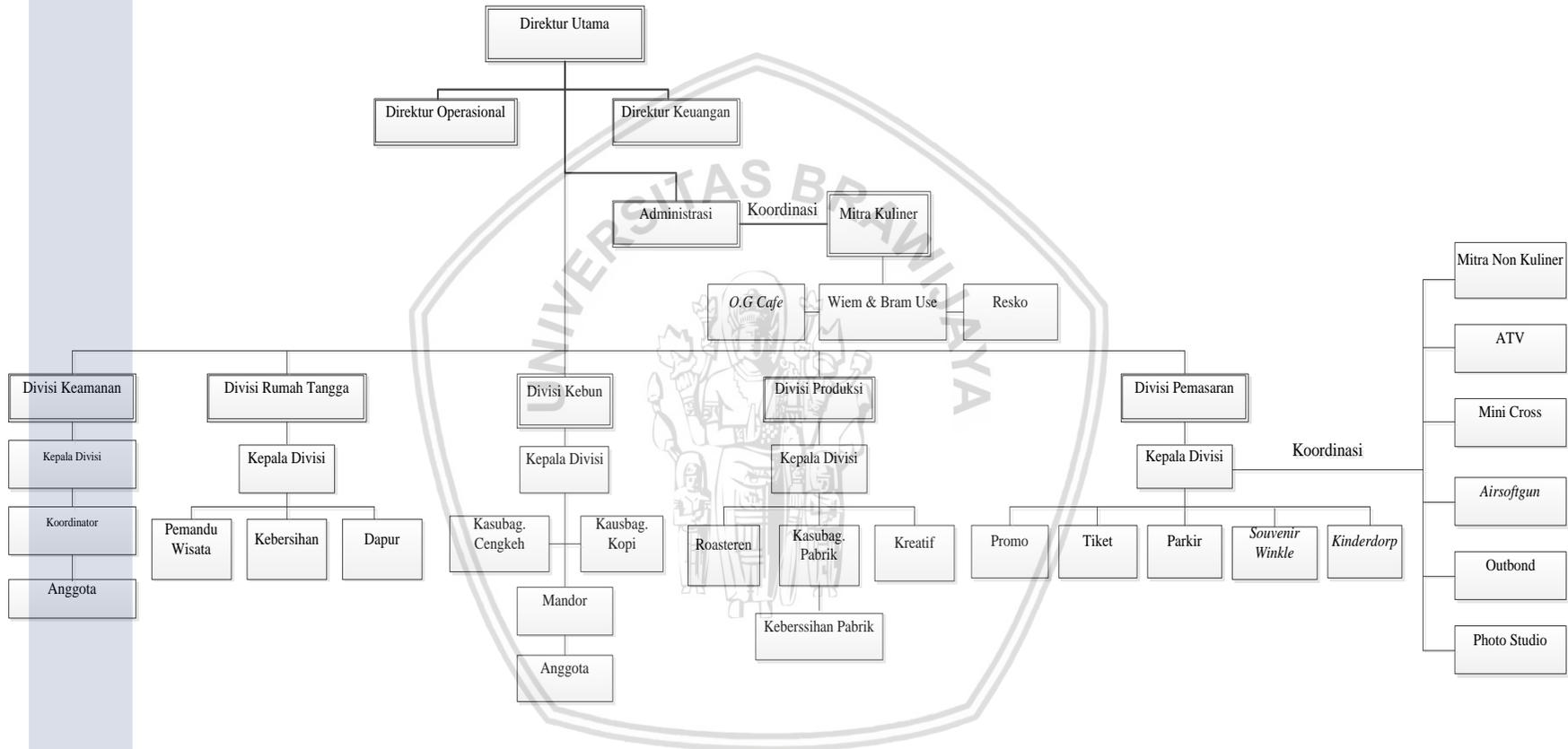
Misi Perusahaan

1. Menjaga, memelihara, mengolah, dan mengembangkan kawasan perkebunan kopi sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan YME.
2. Menjaga perkebunan Kopi Karanganjjar sebagai warisan Denny Roshadi.
3. Memproduksi dan memasarkan produk hasil bumi dari kawasan perkebunan ke pasar domestik atau internasional.
4. Menjaga kesejarahan perkebunan sebagai kekuatan sektor agrowisata.
5. Menjaga kelestarian alam dan lingkungan di sekitar perkebunan.
6. Mencerdaskan dan mensejahterakan para pekerja perkebunan.
7. Memberikan sumbangsih kepada masyarakat sekitar dalam peningkatan taraf hidup.
8. Mendukung program Pemerintah di bidang perkebunan dalam mencukupi kebutuhan.

5.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Wisata Keboen Kopi Karanganjjar terdiri dari bagian-bagian yang jelas dengan mengalir kebawah melalui tingkatan-tingkatan manajerial sehingga hal ini dapat terlihat bahwa setiap orang memiliki tugas dan tanggung jawab atas bagian yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pimpinan dari Wisata Keboen Kopi Karanganjjar. Berikut ini merupakan skema dari struktur organisasi di Keboen Kopi Karanganjjar Blitar.

Keboen Kopi Karanganjjar. Berikut ini merupakan struktur organisasi pada wisata Keboen Kopi Karanganjjar.



Skema 3. Struktur Organisasi Keboen Kopi Karanganjjar Blitar (PT Harta Mulia)

Sumber: Wisata Keboen Kopi Karanganjjar (2018)

Berdasarkan Skema 3, struktur organisasi pada Wisata Keboen Kopi Karanganjjar di pimpin oleh Direksi yang masing-masing terdiri dari Direktur Utama, Direktur Operasional dan Direktur Keuangan. Selanjutnya Direksi memegang peranan penting untuk bertanggung jawab kepada semua bagian di bawahnya. Bagian Direksi membawahi beberapa bagian yaitu bagian administrasi yang berhubungan dengan kegiatan administrasi dalam mengelola kegiatan di Wisata Keboen Kopi Karanganjjar, selanjutnya bagian Adminitrasi melakukan koordinasi dengan Mitra Kuliner diantaranya *O.G Cafe*, *Wiem & Brem Ijse*, dan *Resko*. Terdapat 5 divisi yang dibawah langsung oleh Direksi diantaranya sebagai berikut:

1. Divisi Kebun

Divisi kebun memiliki tanggung jawab dalam mengelola perkebunan kopi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan tanaman di perkebunan karanganjar. Divisi kebun dipimpin oleh kepala divisi dengan membawahi 2 bagian fokus kerja yang masing-masing dipegang oleh Kepala Subbagian (Kasubag) yaitu Kasubag. Kopi dan Kasubag. Cengkeh, masing-masing bagian dibantu oleh para mandor.

2. Divisi Produksi

Divisi produksi memiliki tanggung jawab dalam hal mengelola fasilitas-fasilitas di Wisata Keboen Kopi Karanganjjar agar lebih menarik dan proses operasi berjalan dengan baik untuk pengunjung saat di lokasi wisata. Hal ini tentu akan berpengaruh pada kenyamanan pengunjung wisata. Fasilitas yang dibawah oleh divisi produksi adalah *Roasteren*, Kepala Subbagian (Kasubag) Pabrik, dan Kreatif.

3. Divisi Pemasaran

Bagian divisi pemasaran memiliki tanggung jawab dalam hal ada tidaknya wisatawan yang berkunjung ke Wisata Keboen Kopi Karanganjjar. Selain itu berhubungan dengan kegiatan serta produk yang ditawarkan untuk pengunjung saat di lokasi wisata. Bagian-bagian yang berkaitan dengan divisi pemasaran diantaranya *Promo*, *Tiket*, *Parkir*, *Souvenir Winkle*, dan *Kinderdorp*, selanjutnya bagian-bagian ini saling melakukan koordinasi dengan bagian mitra non kuliner yaitu *All-terrain Vehicle (ATV)*, *Mini cross*, *Airsoftgun*, *Outbond*, *Photo Studio*.

4. Divisi Rumah Tangga

Bagian ini bertanggung jawab dalam hal pemberian pelayanan untuk pengunjung wisata, seperti pemanduan saat di lokasi wisata, kebersihan di lokasi, serta dapur untuk para tenaga kerja Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Bagian-bagian divisi rumah tangga diantaranya pemandu wisata, kebersihan dan dapur.

5. Divisi Keamanan

Bagian divisi keamanan memiliki tugas dalam menjaga dan melindungi pengunjung saat di lokasi wisata serta hal-hal lain yang tidak diinginkan saat berada di Wisata Keboen Kopi Karanganyar.

5.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang telah melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganyar Blitar. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Karakteristik responden yang diuraikan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, alamat tinggal, status, pendidikan terakhir dan lainnya. Secara lebih rinci, karakteristik responden pengunjung Wisata Keboen Kopi Karanganyar diuraikan sebagai berikut:

5.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Lokasi penelitian yang merupakan tempat wisata menjadi sebuah lokasi untuk berlibur atau menikmati alam sehingga hal ini memungkinkan bahwa pengunjung wisata yang ada di dalam lokasi bervariasi dalam segi jenis kelaminnya. Gambaran umum mengenai pengunjung Wisata Keboen Kopi Karanganyar berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	51	51
Perempuan	49	49
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah responden dengan berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 51 orang (51%) dari total responden penelitian, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan

sebanyak 49 orang (49%) dari total responden penelitian. Hal ini dikarenakan pada beberapa kali kesempatan kunjungan dilakukan oleh laki-laki, seperti pada saat terdapat kunjungan dari Keminfo Kabupaten Malang serta pengunjung lain yang rata-rata berjenis kelamin laki-laki.

5.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini dibatasi untuk pengunjung yang berusia di atas 17 tahun. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut responden dianggap telah dapat memutuskan sendiri alokasi pendapatan yang dimiliki untuk kegiatan pariwisatanya. Pengunjung wisata yang melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganjari ini sangat beragam, mulai dari anak TK yang melakukan kunjungan dengan paket wisata edukasi, remaja yang sedang melakukan kegiatan tertentu, melakukan *study tour* atau hanya sekedar melihat di beberapa *spot* tertentu, dan pengunjung dewasa yang datang untuk berlibur, menikmati kopi atau bahkan kunjungan pelatihan atau kedinasan. Berikut ini merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan usia dari pengunjung wisata.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
17 – 25	52	52
26 - 34	20	20
35 – 44	23	23
45 – 54	5	5
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa usia responden dari pengunjung wisata Keboen Kopi Karanganjari terbanyak adalah yang berusia antara 17 – 25 tahun yaitu sebanyak 52 orang (52%), hal ini disebabkan karena pada usia tersebut biasanya seseorang memiliki keinginan dalam meluangkan waktunya untuk berlibur dengan mengunjungi suatu lokasi wisata yang dirasa sesuai dengan remaja dewasa. Selain itu dengan adanya perbedaan hasil usia pengunjung yang sedang melakukan wisata dapat menjadi bahan untuk perusahaan dalam menentukan segmentasi pasar atau sasaran yang dituju.

5.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Tempat Tinggal

Asal tempat tinggal responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu responden yang berasal dari Kota Blitar dan responden dari luar Kota Blitar.

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh alamat responden terbanyak dalam penelitian ini adalah dari Kota Blitar sebanyak 52 orang (52%). Responden lain berasal dari luar Kota Blitar yaitu Kota Kediri, Surabaya, Madura, Malang, Brebes, Purworejo, Jakarta, Surakarta, Probolinggo, Banyuwangi dan Tulungagung. Hal ini dikarenakan lokasi Wisata Keboen Kopi Karanganyar yang berada tidak jauh dari Kota Blitar sehingga terjangkau untuk pengunjung yang berasal dari Kota Blitar.

5.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu responden belum menikah dan sudah menikah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh status responden terbanyak yang melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganyar yaitu status belum menikah sebanyak 58 orang (58%), sedangkan sisanya memiliki status menikah yaitu sebanyak 42 orang (42%) dari jumlah responden yang diambil. Walaupun hasil responden terbanyak dengan status belum menikah, Wisata Keboen Kopi Karanganyar juga dapat menjadi wisata keluarga dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan khususnya untuk anak-anak, sehingga wisata ini juga cocok untuk pengunjung yang belum menikah maupun sudah menikah.

5.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan suatu kunjungan wisata, karena hal ini berkaitan dengan waktu yang dimiliki. Semakin seseorang memiliki tanggung jawab untuk bekerja maka waktu luang yang dimilikinya pun semakin berkurang. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	23	23
PNS/Pegawai BUMN	13	13
Wirausaha	16	16
Pegawai Swasta	44	44
Ibu Rumah Tangga	4	4
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan data Tabel 7 dapat dilihat bahwa dari 100 responden, responden terbanyak dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 44 orang (44%), hal ini dikarenakan responden dengan pekerjaan pegawai swasta cenderung memiliki gaji yang nominalnya lebih besar sehingga keinginan untuk berlibur atau berwisata dengan gaji yang didapatkan tidak menjadi pertimbangan. Selain itu pekerjaan sebagai pegawai swasta tidak hanya berlibur atau berwisata saja, mungkin hanya berkumpul dengan rekan-rekannya pada waktu luang, karena Wisata Keboen Kopi Karanganjara juga memberikan fasilitas *O. G Cafe* untuk pengunjung yang menyukai kopi untuk mencoba menikmati kopi dari Kebun Kopi Karanganjara.

5.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dalam penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan formal. Tingkat pendidikan terakhir seseorang akan mempengaruhi kebijakan dalam melakukan pengambilan keputusan pada kegiatan pariwisata. Berikut ini merupakan tabel dari karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
SMP	2	2
SMA	40	40
Diploma	10	10
S1	35	35
S2	8	8
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan data Tabel 8 dapat dilihat bahwa responden terbanyak dengan tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA sebanyak 40 orang (40%). Kondisi ini memperlihatkan bahwa rata-rata responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu SMA sehingga menyebabkan responden untuk berperilaku kritis dalam pemilihan kunjungan wisata yaitu dengan tujuan untuk pengetahuan atau hanya berwisata.

5.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan dalam penelitian ini tentu merupakan gaji/upah/uang perbulan dari responden. Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan pendapatan, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
< Rp 1.000.000	27	27
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	33	33
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	22	22
> Rp 4.000.0000	18	18
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil data pada Tabel 9, dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan dari responden yang terbanyak yaitu antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 33 orang (33%). Hal ini dikarenakan dengan biaya tiket masuk yaitu untuk hari biasa sebesar Rp 10.000/orang dan hari libur sebesar Rp 15.000/orang yang mungkin saja dirasa terjangkau, dengan pendapatan yang cukup tersebut. Selain itu Wisata Keboen Kopi Karanganjara memberikan fasilitas wisata dengan waktu sepuasnya untuk pengunjung, sehingga dengan pendapatan tersebut membuat pengunjung wisata mampu untuk melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganjara. Wisata Keboen Kopi Karanganjara juga memberikan keringanan biaya tiket untuk siswa-siswa pelajar kota Blitar dengan potongan harga tiket sebesar 50% per orang, dengan syarat menunjukkan kartu pelajar yang dimiliki. Potongan harga yang diberikan tersebut hanya berlaku pada hari kerja yaitu hari Senin hingga hari Jum'at saja. Hal tersebut tentu dapat memberikan keringanan biaya masuk untuk pelajar yang berkeinginan melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganjara tersebut.

5.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber informasi dalam hal ini merupakan sumber yang didapatkan dari seseorang seperti konsumen/pengunjung wisata dalam mengetahui informasi tentang Wisata Keboen Kopi Karanganjara. Berikut ini merupakan tabel dari karakteristik responden berdasarkan sumber informasi Wisata Keboen Kopi Karanganjara.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber Informasi	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Media promosi	5	5
Media sosial	38	38
Media cetak	1	1
Lisan	56	56
Total	100	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan data Tabel 10 dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, sumber informasi yang diperoleh setiap respondennya berbeda-beda. Responden dengan sumber informasi terbanyak yaitu melalui lisan yang berasal dari rekomendasi teman, saudara, keluarga dan sumber informasi lisan lainnya, dengan jumlah responden sebanyak 56 orang. Hal ini dikarenakan sumber informasi yang diperoleh dari lisan baik itu dari teman, saudara dan keluarga lebih meyakinkan daripada sumber informasi yang lainnya, karena seseorang tersebut sebelumnya telah melakukan kunjungan Wisata Keboen Kopi Karanganjari dan dirasa wisata tersebut dapat menjadi rekomendasi untuk seseorang melakukan kunjungan wisata berikutnya.

5.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

Seseorang dalam melakukan kegiatan wisata tentu memiliki tujuan yang berbeda-beda untuk melakukan kunjungan wisata tersebut. Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan tujuan berkunjung yang dilakukan oleh responden saat berada di Wisata Keboen Kopi Karanganjari, sebagai berikut.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

Tujuan Berkunjung	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Berwisata/Liburan	92	92
Tugas Kerja	1	1
Kegiatan <i>Gathering</i>	7	7
Total	100	100

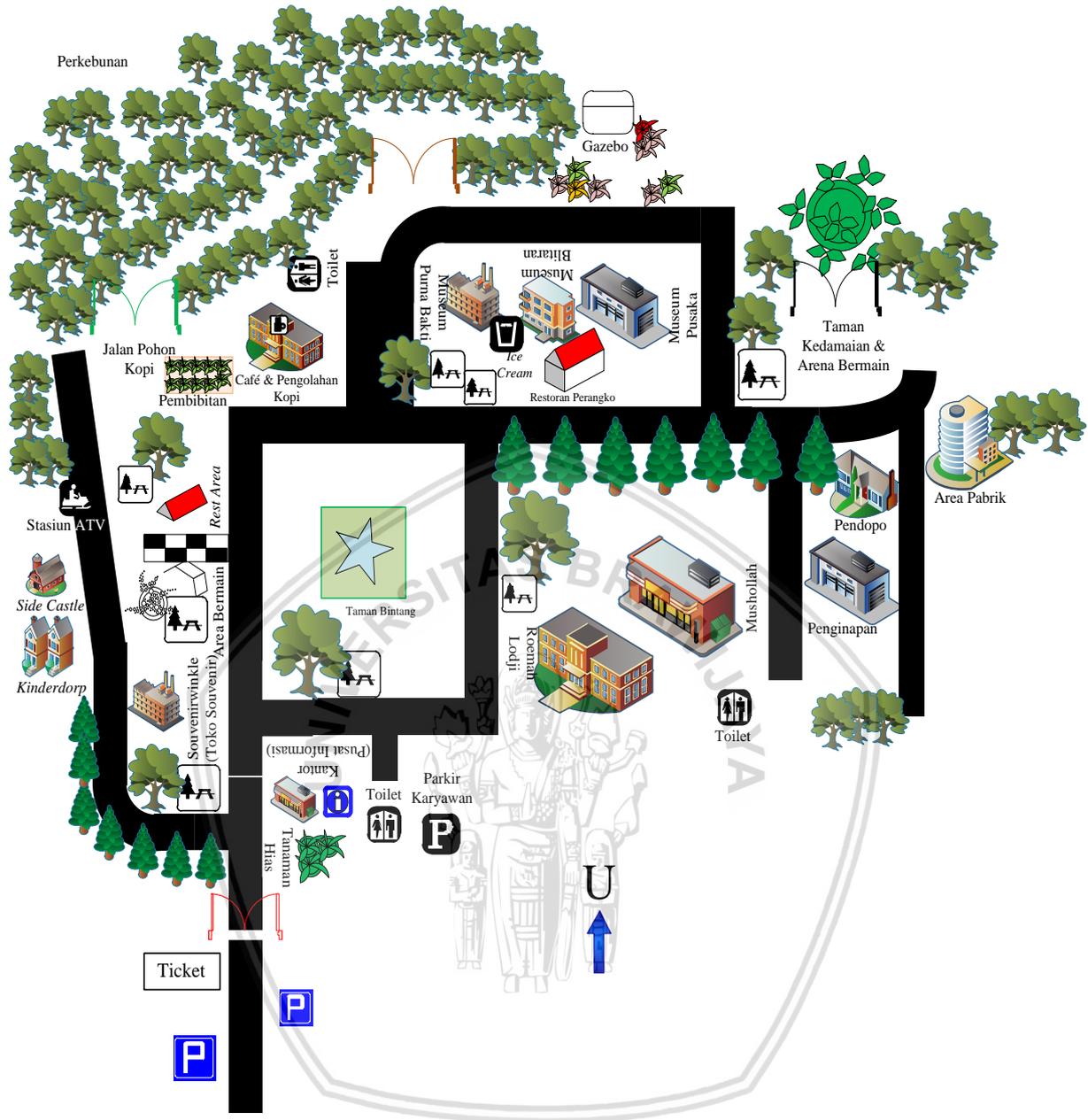
Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil data pada Tabel 11 dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan tujuan berkunjung yang terbanyak adalah tujuan berkunjung dengan berwisata/liburan yaitu sebanyak 92 orang (92%), sedangkan sisanya memiliki tujuan lainnya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari Wisata Keboen Kopi Karanganjari yang memberikan fasilitas-fasilitas untuk berlibur/berwisata.

5.3 Analisis Tata Letak Fasilitas

Tata letak fasilitas merupakan salah satu hal yang menunjang kelancaran dalam suatu proses operasi dan produksi khususnya pada perusahaan. Hal ini tentu menjadi pertimbangan dalam suatu perusahaan untuk membuat perencanaan atau desain tata letak yang baik guna menghasilkan proses yang lancar, karena dalam penentuan tata letak fasilitas menjadi suatu langkah atau keputusan yang penting dalam menentukan efisiensi sebuah operasi untuk jangka panjang. Seperti halnya pada tempat Wisata Keboen Kopi Karanganyar yang merupakan tempat wisata yang didirikan di atas tanah seluas $\pm 223,8$ Ha . Wisata Keboen Kopi Karanganyar memberikan desain pembangunan tata letak fasilitas yang masih kurang, karena masih terdapat jalur perjalanan saat di lokasi yang masih kurang jelas, dan masih terdapat fasilitas-fasilitas yang kurang memadai pada lokasi tertentu. Desain pembangunan tata letak yang masih kurang optimal tentu akan mempengaruhi pada kegiatan wisata, khususnya untuk kenyamanan dari pengunjung saat di lokasi wisata.

Menurut Kalangi, Lapian, & Jorie (2016) yang menyatakan bahwa sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata yaitu hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran, rumah makan, tempat parkir, sarana MCK, serta sarana pendukung lainnya. Hal ini sesuai dengan di lokasi penelitian yaitu Wisata Keboen Kopi Karanganyar yang terdapat sarana dan prasarana lain seperti terdapat tempat parkir, toilet, area bermain, kebun edukasi, bangunan sejarah, tempat sampah, tempat peristirahatan, terdapat mushollah, rumah makan, dan fasilitas lainnya. Fasilitas yang diberikan diharapkan sesuai dengan kebutuhan pengunjung khususnya saat berada di lokasi wisata, fasilitas-fasilitas tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini yang memberikan gambaran di lokasi Wisata terutama terkait tata letak fasilitas yang ada di lokasi wisata Keboen Kopi Karanganyar yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Desain tata letak fasilitas Wisata Keboen Kopi Karanganjar Blitar

Sumber: Peta Wisata Keboen Kopi Karanganjar (2018)

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganjar yaitu lokasi wisata yang berada di Desa Modangan Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar, jarak yang tidak jauh dengan Wisata Candi Prambanan sehingga wisata ini mudah untuk dijangkau. Wisata Keboen Kopi Karanganjar memberikan suasana alam yang indah karena lokasi wisata yang sebelumnya merupakan perkebunan kopi sehingga hal ini tentu akan membuat



wisatawan ingin melakukan kunjungan ke Keboen Kopi Karanganjjar. Wisata Keboen Kopi Karanganjjar memberikan berbagai macam fasilitas yang menarik untuk para pengunjung wisata. Fasilitas tersebut dapat dilihat pada Gambar 1, diantaranya sebagai berikut:

1. *Souvenirwinkle* (Toko *Souvenir*)

Fasilitas ini merupakan pusat oleh-oleh yang menyediakan makanan khas Blitar, barang-barang khas Blitar serta *souvenir* lain dengan tulisan khas Keboen Kopi Karanganjjar. Barang-barang yang ditawarkan dapat digunakan sebagai buah tangan dan kenang-kenangan oleh pengunjung saat melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganjjar. Selain menjual aneka makanan dan barang lain, *Souvenirwinkle* juga menjual tanaman hias khususnya tanaman anggrek dan tanaman hias lainnya yang dapat dibeli oleh pengunjung wisata yang menyukai tanaman hias.

2. Kantoer PT Harta Mulia (Poesat Informasi)

Wisata Keboen Kopi Karanganjjar memiliki fasilitas pusat informasi yang tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk karyawan wisata tetapi dapat digunakan untuk membantu pengunjung ketika ada keperluan yang lain selain untuk berwisata. Hal ini tentu akan membuat pengunjung wisata menjadi lebih mudah saat di lokasi. Bangunan pusat informasi menjadi salah satu bangunan yang memiliki desain yang menarik, karena bangunan yang merupakan peninggalan Belanda sehingga masih terdapat unsur serta tulisan dalam bahasa Belanda yaitu tulisan “De Karanganjjar Koffieplantage”, sehingga bangunan ini menjadi salah satu ikon yang bagus untuk foto dokumentasi oleh pengunjung wisata.

3. Area Bermain

Wisata Keboen Kopi Karanganjjar terdapat fasilitas area bermain yang di dalam area tersebut terdapat berbagai macam fasilitas bermain untuk anak-anak seperti fasilitas ayunan, rumah pohon, jungkat-jungkit, perosotan, jaring laba-laba, dan fasilitas bermain lainnya. Selain fasilitas untuk bermain, di area ini juga terdapat kandang rusa dengan rusa yang berjumlah 5 ekor yang diletakkan di sekitar area bermain, hal ini tentu akan membuat area bermain lebih menarik khususnya untuk anak-anak yang sedang berkunjung di wisata ini.

4. Roemah Lodji

Rumah lodji ini merupakan bangunan rumah yang dahulunya dihuni oleh pemilik kebun kopi dan di dalam rumah terdapat sebuah kamar yang pernah disinggahi oleh Bapak Proklamator yaitu Soekarno. Tempat tidur yang berada di ruang kamar rumah lodji merupakan barang yang berasal dari sebuah kamar di Hotel Indonesia, Jakarta, yang telah dibeli langsung dari sana. Fasilitas ini menjadi fasilitas yang banyak dikunjungi karena selain melihat benda-benda dahulu kala, tempatnya yang menarik karena merupakan rumah peninggalan Belanda membuat pengunjung untuk ingin mengetahui lebih dalam dan menjadi tempat edukasi untuk anak-anak khususnya. Selain itu fasilitas Roemah Lodji dijadikan sebagai museum atas benda-benda sejarah saat peninggalan jaman belanda yang ada didalamnya dan didedikasikan untuk Bung Karno, sehingga untuk pengunjung yang menikmati fasilitas ini dilarang untuk mengambil gambar serta dokumentasi.

5. *Ons Grootouders Café* (OG *Café*) dan *Roosteren Kamer* (Pengolahan Kopi)

Fasilitas *Ons Grootouders Café* (OG *Café*) dan *Roosteren Kamer* (Pengolahan Kopi) merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh Wisata Keboen Kopi Karanganyar, untuk fasilitas OG *Café* menawarkan berbagai macam makanan dan minuman ringan untuk pengunjung wisata. Fasilitas OG *Café* sangat cocok untuk pengunjung yang menyukai kopi, karena tempat ini menyediakan berbagai jenis kopi nusantara dan kopi khas. Selain menu kopi yang ditawarkan fasilitas OG *Café* juga memberikan tempat yang menarik dengan *vintage* bangunan serta desain di dalam ruangan *café* yang sangat klasik dan menarik, karena masih terdapat unsur-unsur Belanda sehingga ketika pengunjung yang masuk akan terbawa suasana pada jaman Belanda. Selain OG *café* terdapat fasilitas lain yaitu *Roosteren Kamer* yang merupakan tempat pengolahan kopi serta pada fasilitas ini pengunjung dapat membeli produk kopi yang telah di produksi oleh perusahaan Wisata Keboen Kopi Karanganyar dengan nama produk “*De Karanganyar Koffie*” untuk produk yang berukuran besar dan “Kopi Warak” dengan produk yang berukuran kecil (*sachet*), sehingga produk kopi tersebut dapat menjadi buah tangan untuk pengunjung wisata.

6. Restoran Perangko (ResKo)

Restoran Perangko (ResKo) merupakan salah satu fasilitas rumah makan yang diberikan oleh Wisata Keboen Kopi Karanganyar untuk pengunjung wisata. Fasilitas ini diberikan untuk pengunjung ketika merasa lapar dan kelelahan setelah berwisata. ResKo memberikan berbagai macam menu makanan dan minuman khas Jawa yang dapat dinikmati oleh pengunjung, selain menawarkan menu makanan dan minuman ResKo juga memberikan tempat yang menarik yaitu ketika pengunjung masuk ke dalam ruang makan ini akan melihat berbagai koleksi perangko yang di kemas semenarik mungkin di sekitar dinding ruangan, hal ini tentu akan membuat pengunjung merasa tertarik.

7. *Koffieboomstraat* (Djalan Pohon Kopi)

Koffieboomstraat (Djalan Pohon Kopi) merupakan suatu jalan yang di kelilingi oleh pohon-pohon kopi dan di buat untuk membantu pengunjung wisata melihat kebun kopi dengan lintas perjalanan yang dekat khususnya untuk pengunjung yang berjalan kaki. Selain perjalanan untuk melihat pohon kopi, *Koffieboomstraat* juga memberikan fasilitas edukasi terkait sejarah Perkebunan Kopi Karanganyar yang dapat dinikmati sepanjang lintas perjalanan di area *Koffieboomstraat*.

8. *Sibe Castle* (*Kennel Siberian Husky*)

Fasilitas *Sibe Castle* (*Kennel Siberian Husky*) merupakan tempat yang berisi berbagai jenis anjing dari jenis anjing yang berukuran besar hingga berukuran kecil. Fasilitas ini sangat cocok untuk pengunjung yang menyukai binatang khususnya binatang anjing, sehingga dapat menambah pengetahuan pengunjung tentang binatang anjing.

9. *Kinderdorp* (Kota Anak-Anak)

Kinderdorp (Kota Anak-anak) merupakan fasilitas yang diberikan untuk pengunjung khususnya anak-anak. Fasilitas ini seperti kota anak-anak yang dibuat semenarik mungkin dengan berbagai macam warna-warni bangunan rumah dengan ukuran yang kecil sehingga tentu akan membuat pengunjung seperti anak-anak menjadi tertarik dan ingin menikmati fasilitas ini.

10. Area Pembibitan

Area pembibitan menjadi salah satu fasilitas edukasi yang digunakan

untuk menambah pengetahuan pengunjung tentang jenis kopi dan proses budidaya tanaman kopi. Fasilitas ini memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk menanam tanaman kopi. Area pembibitan ini sering digunakan oleh instansi sekolah untuk siswa-siswi belajar tentang tanaman kopi, meskipun begitu area pembibitan dapat digunakan oleh instansi lain yang sedang melakukan pelatihan khususnya orang tua.

11. Stasiun *All-terrain Vehicle* (ATV)

Stasiun *All-terrain Vehicle* (ATV) merupakan tempat awal yang digunakan untuk pengunjung ketika ingin bermain ATV. Pengunjung yang ingin menggunakan ATV untuk berkeliling perkebunan kopi harus membayar sebesar Rp 50.000/ATV dengan waktu yang diberikan 1 kali keliling perkebunan dan jarak perkebunan pun sedikit jauh dengan berjalan kaki. Hal ini tentu banyak mengundang pengunjung wisata untuk mencobanya. Pengunjung wisata dapat mencoba ATV saat hari *weekend* saja, karena ketika hari biasa fasilitas ATV tidak disediakan.

12. *Wiem & Bram Ijse* (Kedai Es Krim)

Wiem & Bram Ijse (Kedai Es Krim) merupakan kedai es krim yang dapat dinikmati oleh pengunjung wisata. Kedai es krim memberikan berbagai macam variasi rasa es krim yang bisa untuk dikonsumsi oleh pengunjung. Kedai es krim ini hanya disediakan saat hari *weekend* saja, karena banyaknya pengunjung yang ramai pada saat hari *weekend*.

13. Moesioem mBlitaran

Moesioem mBlitaran merupakan salah satu fasilitas yang diberikan dengan menyajikan benda-benda bersejarah yang dimiliki oleh Wisata Keboen Kopi Karanganjara. Salah satu benda sejarah yang ada di Moesioem mBlitaran adalah lukisan-lukisan koleksi pribadi dari pengelola kebun kopi. Terdapat lukisan karya dari seniman kawakan Nusantara, Basoeki Abdullah. Ada pula hasil goresan tangan Lim Wasim, Rustamaji, dan Asrofil Huda. Yang unik, ada lukisan yang digubah dari ampas-ampas kopi.

14. Moesioem Poerna Bhakti

Moesioem Poerna Bhakti merupakan fasilitas dari Wisata keboen Kopi Karanganjara yang letaknya berada di dekat OG *Café* dan *Roosteren Kamer*

(Pengolahan Kopi). Museum ini merupakan replikasi kantor dari Bupati Herry Noegroho saat beliau menjabat sebagai Bupati Blitar saat itu. Museum ini berisi ruang kerja yang lengkap dengan meja dan kursi serta beberapa sertifikat, cinderamata, penghargaan dan foto dokumentasi dari Bapak Bupati Herry Noegroho. Fasilitas ini tentu akan memberikan pengetahuan kepada pengunjung ketika berada di tempat tersebut.

15. Moesioem Poesaka

Moesioem Poesaka merupakan fasilitas yang berisi benda-benda pusaka (khususnya keris) dari koleksi Bapak Bupati Herry Noegroho. Saat memasuki area Moesioem Poesaka seperti masuk ke area sakral, dikarenakan benda-benda di dalamnya merupakan benda-benda yang bersejarah seperti keris pemberian dari Bapak Presiden Joko Widodo, Keris panglima Sudirman, Keris Kamandanu yang ditemukan di laut, serta beberapa tombak dan sapu jagat. Masing-masing benda keris tersebut dipajang serta dilengkapi dengan sejarahnya yang tentu sangat bermanfaat untuk pengunjung wisata.

16. Pendopo

Pendopo merupakan fasilitas yang berbentuk seperti rumah joglo, dengan bangunan yang khas Jawa membuat bangunan ini tidak kalah menarik dengan fasilitas yang lain. Saat di hari Minggu fasilitas pendopo menyajikan *Live* musik jawa beserta alat musik yang digunakan seperti gamelan dan alat jawa lainnya. Hal ini tentu membuat Wisata Keboen Kopi Karanganyar lebih menarik.

17. Pabrik Kopi

Fasilitas ini dulu merupakan jantung dari Perkebunan Kopi Karanganyar, walaupun sekarang pabrik kopi ini sudah tidak digunakan seperti dulu, bangunan yang klasik membuat fasilitas ini untuk tidak dilewat oleh pengunjung saat berada di lokasi wisata. Selain itu terdapat beberapa spot yang menarik untuk dijadikan sebagai foto dokumentasi oleh pengunjung wisata.

18. *Tuin-Ster* (Taman Bintang)

Tuin-Ster (Taman Bintang) merupakan kolam berbentuk bintang yang berada di tengah Wisata Keboen Kopi Karanganyar. *Tuin-Ster* berisi kolam ikan dengan terdapat pancuran air yang membuat Wisata keboen Kopi Karanganyar menjadi lebih menarik. Tempat ini juga *ikon* yang digunakan untuk dokumentasi

foto oleh pengunjung wisata.

19. Penginapan

Penginapan merupakan fasilitas yang diberikan oleh pihak Wisata Keboen Kopi Karanganjari untuk pengunjung yang ingin menikmati wisata dalam waktu yang lebih lama. Penginapan diberikan oleh pengunjung yang ingin merasakan wisata dengan bermalam di Wisata Keboen Kopi Karanganjari. Penginapan yang disediakan oleh pihak wisata terdapat 7 kamar dengan setiap kamar dapat dinikmati oleh 4 orang. Pengunjung wisata yang ingin menikmati penginapan ini dapat membayarnya sebesar Rp 200.000/malam dengan fasilitas yang diberikan tempat tidur, kamar mandi dan makan pagi/sarapan. Hal ini tentu akan menjadi fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh pengunjung jika ingin bermalam dan menikmati Wisata Keboen Kopi Karanganjari pada malam hari.

Selain fasilitas-fasilitas tersebut, Wisata Keboen Kopi Karanganjari juga memberikan fasilitas pendukung lainnya seperti tersedia toilet, mushollah, tempat parkir, serta tempat loket. Fasilitas tersebut diberikan untuk mendukung kebutuhan pengunjung saat berada di lokasi wisata. Seperti halnya tempat parkir yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk meletakkan kendaraan mereka sebelum memasuki area wisata, setelah itu sebelum memasuki area wisata pengunjung wajib untuk membayar tiket masuk yang ada di loket tiket. Selanjutnya saat berada di area lokasi wisata, pengunjung dapat menemukan fasilitas pendukung lainnya yaitu toilet dan mushollah. Toilet dan mushollah yang tersedia di lokasi wisata dirasa cukup memadai karena terdapat lebih dari 1 toilet dan prasarana ibadah untuk di mushollah cukup yaitu terdapat alat ibadah yang dapat digunakan oleh pengunjung wisata.

Semua fasilitas yang diberikan oleh pihak wisata dapat dinikmati oleh pengunjung wisata dengan waktu perjalanan yaitu selama ± 2 jam tergantung kebutuhan wisata yang dirasakan oleh pengunjung wisata. Hal tersebut dikarenakan letak setiap area wisata yang tidak berjauhan antar area fasilitas yang lainnya. Setiap area fasilitas dapat dilakukan dengan berjalan kaki, tetapi pihak wisata juga memberikan fasilitas ATV yang dapat digunakan untuk menikmati area perkebunan kopi yang tidak dapat dilakukan dengan berjalan kaki karena area perkebunan yang sangat luas. Berdasarkan hasil penelitian, kebanyakan dari

pengunjung melakukan kunjungan wisata di Keboen Kopi Karanganyar > 2 jam. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya informasi yang diberikan oleh pihak wisata yang membuat pengunjung harus menikmati dengan sungguh-sungguh untuk mendapatkan informasi tersebut, sehingga waktu perjalanan dalam menikmati semua fasilitas yang diberikan tergantung dari pengunjung wisata dalam merasakan kenyamanan saat berada di lokasi wisata.

Wisata Keboen Kopi Karanganyar merupakan tempat Wisata Perkebunan Kopi dengan suasana yang sejuk. Hal ini dikarenakan letak wisata yang berada sekitar 450-600 mdpl. Selain itu lokasi yang masih asri dengan suasana Perkebunan membuat wisata ini menjadi tempat wisata alam yang begitu segar. Menurut Korantil, Sriyanto, & Lestiyono (2017) yang menyatakan bahwa selain berekreasi, pada saat ini aktivitas pariwisata berkembang ke arah interaksi dan aktivitas seperti *hiking*, *camping* dan *outbond*. Perubahan aktivitas ini lebih cenderung ke arah jenis wisata yang natural atau kembali ke alam bebas, kepedulian masyarakat terhadap konservasi dan pelestarian alam serta suasana yang berbeda dengan rutinitas wisatawan. Hal ini sesuai dengan wisata Keboen Kopi Karanganyar yang tetap mempertahankan wisata dengan pengelolaan wisata alam, sehingga diharapkan pengunjung tidak hanya menikmati wisata sejarah dan edukasinya saja tetapi masih terdapat unsur alam yang dapat dinikmati. Selain wisata yang menggabungkan wisata sejarah dan edukasi serta lokasi yang sejuk, wisata ini juga memberikan desain dekorasi seni yang unik, klasik dan *instagramable*, ditambah dengan sajian menu kopi Nusantara dari Sabang hingga Merauke. Tentu hal ini tidak hanya dapat dinikmati untuk pecinta kopi saja yang ingin bersantai serta berwisata di Keboen Kopi Karanganyar Blitar. Selain itu fasilitas-fasilitas lain yang diberikan akan memberikan dampak yang baik untuk pengunjung, karena kurangnya fasilitas-fasilitas wisata tentu dapat memicu minat pengunjung wisata untuk berkunjung kembali

5.4 Hasil Evaluasi Model SEM – PLS

Hasil evaluasi model SEM – PLS akan melewati 2 tahapan diantaranya yaitu, evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dan evaluasi model struktural (*Inner Model*) yang masing-masing tahapan dapat dijelaskan dibawah ini, sebagai berikut.

5.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten. Berdasarkan data penelitian yang telah diperoleh bahwa indikator dibentuk reflektif dan formatif, selanjutnya dapat diuji sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi model pengukuran reflektif dapat dilakukan dengan 4 kriteria yaitu *indicator reliability*, *internal consistency reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity* (Latan & Ghozali, 2017). Kriteria pertama dapat dilakukan uji *indicator reliability* dengan parameter yang dilihat adalah nilai dari *loading factor*. Berikut ini merupakan tahapan dalam menilai *indicator reliability*.

Tabel 12. Nilai *indicator reliability*

	X1	X2	Y1	P-value
X1.1	(0,704)	-0,004	0,074	<0,001
X1.2	(0,712)	0,271	-0,151	<0,001
X1.3	(0,860)	0,017	-0,039	<0,001
X1.4	(0,759)	0,070	-0,064	<0,001
X1.5	(0,816)	-0,059	-0,003	<0,001
X1.6	(0,800)	-0,123	0,136	<0,001
X1.7	(0,845)	-0,131	0,037	<0,001

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa hasil dari uji *indicator reliability* dengan menggunakan parameter *loading factor* nilai yang dihasilkan minimal lebih dari 0,7 dan nilai dari P-value harus memiliki hasil yang signifikan yaitu kurang dari 0,05, maka dengan hasil yang diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator reflektif dalam penelitian ini telah memenuhi syarat pertama reliabilitas dengan hasil sesuai parameter dari kriteria *indicator reliability*. Nilai signifikan atau P-value merupakan nilai probabilitas kesalahan yang dihitung atau menunjukkan tingkat probabilitas kesalahan yang sebenarnya. Tingkat kesalahan ini digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam pengujian hipotesis, seperti kesalahan dalam menolak hipotesis dengan nilai P-value yang rendah (5%). Selanjutnya adalah tahap uji nilai reliabilitas pada konstruk yang diukur dengan kriteria dari nilai *composite reliability*, *cronbach's alpha*, dan *average variance extracted (AVE)*. berikut ini merupakan hasil uji

dari nilai *composite reliability*, *cronbach's alpha*, dan *average variance extracted* (AVE).

Tabel 13. Nilai *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan (AVE)

	X1	X2	Y1
<i>Composite Reliability</i>	0,919	0,916	0,862
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,896	0,884	0,784
<i>Avr. Var. exctrac (AVE)</i>	0,620	0,685	0,611

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan pada Tabel 13 dapat diketahui bahwa nilai dari *composite reliability* dari variabel X1 telah memenuhi syarat reliabilitas yaitu dengan nilai lebih dari 0,7. Nilai AVE dari ketiga variabel tersebut juga dinilai telah memenuhi syarat yaitu dengan nilai lebih dari 0,50, sehingga berdasarkan data yang telah diuji tersebut maka dapat disimpulkan bahwa indikator konstruk reflektif pada model penelitian ini telah memenuhi syarat uji reliabilitas. Selanjutnya untuk tahap terakhir dengan kriteria *discriminant validity* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 14. Nilai *Discriminant Validity*

	X1	X2	Y1
X1	(0.787)	0.531	0.402
X2	0.531	(0.827)	0.610
Y1	0.402	0.610	(0.781)

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa pada tahapan terakhir yaitu uji *discriminant validity* diperoleh nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk laten, hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator konstruk reflektif pada model penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas.

2. Evaluasi Model Pengukuran Formatif

Evaluasi model pengukuran formatif dapat dilihat dari kriteria *indicator reliability* dengan parameter yang digunakan yaitu *significant weight* dan nilai dari *collinearity* dengan parameter yang digunakan *VIF & tolerance* (Latan & Ghazali, 2017). Berikut ini merupakan hasil uji berdasarkan nilai dari *significant weight*.

Tabel 15. Nilai *Significant Weight*

	X1	X2	Y1	P-value	VIF
X2.1	0,000	(0,233)	0,000	0,007	1,991
X2.2	0,000	(0,253)	0,000	0,004	2,531
X2.3	0,000	(0,248)	0,000	0,005	2,366
X2.4	0,000	(0,247)	0,000	0,005	2,390
X2.5	0,000	(0,227)	0,000	0,009	1,798
Y1.1	0,000	0,000	(0,351)	<0,001	2,034
Y1.2	0,000	0,000	(0,333)	<0,001	1,790
Y1.3	0,000	0,000	(0,314)	<0,001	1,517
Y1.4	0,000	0,000	(0,276)	0,002	1,297

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 15 di atas dapat diketahui bahwa nilai *P-value* dari indikator formatif memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 (5%), hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut telah memenuhi kriteria *indicator reliability* dengan parameter *significant weight*. Selanjutnya untuk nilai VIF pada indikator formatif diperoleh nilai kurang dari 3,3 yang artinya bahwa indikator formatif pada penelitian ini memiliki nilai ideal. Menurut Kock dalam Latan & Ghozali (2017) menyatakan bahwa nilai $VIF < 2,5 - 3,3$ untuk mendapatkan stabilitas estimasi. Hal ini menunjukkan bahwa indikator formatif yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi masalah kolinearitas dan hasil data yang diperoleh valid dengan hasil nilai yang diperoleh telah sesuai dengan ketentuan.

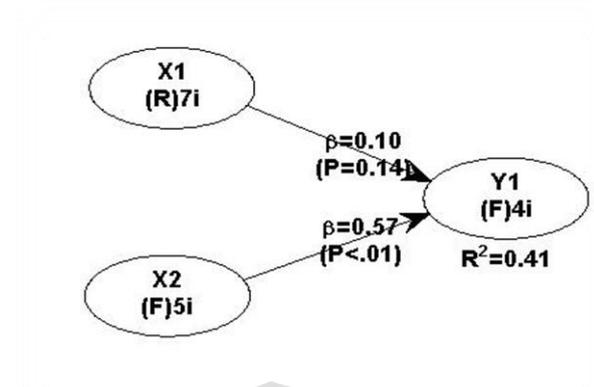
5.4.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dapat dilihat dari besarnya nilai presentase *variance* yang dijelaskan dengan melihat nilai *R-square* dan *effect size*, test untuk menguji *predictive relevance*, dan *goodness of fit* (GoF) digunakan untuk mengukur fit model secara keseluruhan (Latan & Ghozali, 2017). Berikut ini merupakan hasil uji dalam evaluasi model struktural.

1. *Path Coefficient* dan *Effect Size*

Path Coefficient pada penelitian bertujuan untuk melihat model diagram pada penelitian, seperti menunjukkan pengaruh langsung dari variabel independen (variabel tata letak fasilitas dan pelayanan) ke variabel dependen (kenyamanan) dalam model penelitian. Selanjutnya untuk nilai *Effect Size* merupakan suatu nilai yang digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi *variance* dari variabel

eksogen terhadap variabel endogen. Berikut ini merupakan model *Path Coefficient* dari penelitian ini.



Skema 4. *Path Coefficient*
Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Keterangan:

X1 = Tata Letak fasilitas

X2 = Pelayanan

Y1 = Kenyamanan

Berdasarkan Skema 4 di atas dapat diketahui bahwa *Path Coefficient* pada variabel X1 (tata letak fasilitas) terdapat nilai *path coefficient* sebesar 10% dengan *P-value* sebesar $p = 0,14$ yang berarti bernilai tidak signifikan antara X1 (tata letak fasilitas) terhadap Y1 (kenyamanan). Selanjutnya nilai dari variabel X2 (pelayanan) sebesar 57% dengan nilai *P-value* sebesar $p < 0,01$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara X2 (pelayanan) terhadap Y1 (kenyamanan), yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan oleh wisata maka kenyamanan pengunjung akan semakin meningkat. Berikut ini merupakan hasil dari nilai *effect size*.

Tabel 16. Nilai *Effect Size*

	X1	X2
<i>Effect Size</i>	0,097	0,086
<i>Standard Errors</i>	0,043	0,362

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa nilai *effect size* yang dihasilkan pada variabel X1 (tata letak fasilitas) sebesar 0,097 sehingga hasil yang diperoleh tersebut masuk dalam kategori kecil karena kurang dari 0,15 atau yang

berarti memiliki pengaruh yang kecil pada variabel Y1 (kenyamanan). Selanjutnya nilai *effect size* dari variabel X2 (pelayanan) sebesar 0,086, dengan hasil yang diperoleh tersebut masuk dalam kategori kecil karena kurang dari 0,15.

2. Nilai *R-squared*, *Full Collinearity* VIF dan *Q-squared*

Tahap selanjutnya adalah menuntukan nilai *R-squared*, *Full Collinearity*, dan *Q-squared*. yang disajikan dibawah ini sebagai beriku:.

Tabel 17. Nilai *R-squared*, *Adj. R-squared*, *Full Collinearity* VIF dan *Q-squared*

	X1	X2	Y1
<i>R-squared</i>			0,405
<i>Adj. R-squared</i>			0,393
<i>Full Collin. VIF</i>	1,411	1,884	1,615
<i>Q-squared</i>			0,411

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa nilai *R-squared* untuk kenyamanan adalah sebesar 0,405, yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel tata letak fasilitas (X1) dan variabel pelayanan (X2) terhadap variabel kenyamanan pengunjung wisata (Y1) adalah sebesar 40,5% dan sisanya sebesar 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang ada di luar model penelitian ini. Berdasarkan nilai *R-squared* dan *Adj. R-squared* tersebut dapat diketahui pula pengaruh dari variabel tata letak fasilitas dan pelayanan terhadap kenyamanan pengunjung wisata adalah lemah karena nilai yang dihasilkan dari *R-squared* dan *Adj. R-squared* adalah sebesar 0,405 dan 0,393, sehingga artinya bahwa prediktor model pada penelitian ini lemah dalam menjelaskan *variance*.

Pada hasil *R-squared* dan *Adj. R-squared* dapat diartikan bahwa variabel tata letak fasilitas dan variabel pelayanan yang digunakan lemah untuk berpengaruh terhadap variabel kenyamanan sehingga dalam hal ini terdapat variabel lain yang berpengaruh kuat, yang dapat dijelaskan di luar model penelitian ini. Selanjutnya untuk nilai *full collinearity* VIF dapat diketahui kurang dari 3,3, yang artinya bahwa variabel dalam penelitian ini bebas dari masalah kolinearitas dan termasuk ke dalam nilai yang ideal. Tabel 17 juga menunjukkan hasil nilai dari *Q-squared* yaitu sebesar 0,411. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki *predictive relevance* karena nilai *Q-squared* yang dihasilkan lebih dari 0, yang berarti nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi pada parameter baik.

3. *Goodness of Fit (GoF)*

Evaluasi *Goodness of Fit (GoF)* dapat dilakukan dengan melihat nilai dari tiga indikator yaitu diantaranya *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-squared (ARS)*, *Average Block VIF (AVIF)*. Berikut ini merupakan hasil nilai dari *Goodness of Fit (GoF)* yang disajikan dibawah ini.

Tabel 18. Nilai *Goodness of Fit (GoF)*

	Nilai	P-value
<i>Average path coefficient (APC)</i>	0,339	<0,001
<i>Average R-squared (ARS)</i>	0,405	<0,001
<i>Average adjusted R-square (AARS)</i>	0,393	<0,001
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	1,405	
<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	1,637	
<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	0,509	

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 18 yang telah disajikan tersebut dapat diketahui bahwa nilai *P-value* dari APC, ARS, dan AARS adalah sebesar <0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut adalah signifikan karena memenuhi syarat dari model *Goodness of Fit (GoF)* yang kurang dari 0,05. Selain itu berdasarkan data tersebut nilai AVIF dan AFVIF yang dihasilkan menunjukkan nilai yang ideal, karena nilai yang dihasilkan sebesar 1,405 dan 1,637 yang berarti nilai tersebut kurang dari 3,3. Berdasarkan hasil dari Tabel 18 menunjukkan nilai GoF yang diketahui adalah sebesar 0,509 yang berarti untuk kekuatan prediksi dalam model adalah besar karena nilai yang dihasilkan $\geq 0,36$. Hasil dari analisis tersebut dapat diartikan bahwa meskipun hasil dari nilai *R-squared* dan *Adj. R-squared* rendah, model dalam penelitian ini masih dapat di terima karena nilai *Average block VIF (AVIF)* dan *Average full collinearity VIF (AFVIF)* menghasilkan nilai yang ideal serta terbebas dari masalah *collinearity* dengan syarat kriteria kurang dari 3,3.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat diketahui dari nilai *path coefficient* dan *P-value* yang dihasilkan, jika *P-value* menghasilkan nilai alpha sebesar < 0,05 maka H_0 diterima. Hasil analisis data pada penelitian dapat ditarik kesimpulan berupa hasil dari pengujian hipotesis yang telah disajikan di bawah ini yaitu sebagai berikut.

Tabel.19 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Korelasi Jalur	Path Coefficient	P-value	Keterangan
H1	Tata Letak fasilitas → Kenyamanan	0,10	0,14	H1 ditolak
H2	Pelayanan → Kenyamanan	0,57	<,01	H2 diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui bahwa hasil hipotesis yang diterima adalah H2, karena nilai *P-value* yang dihasilkan <,01 yang artinya pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kenyamanan pengunjung. Selain itu nilai *path Coefficient* sebesar 57% yang berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Pada hasil selanjutnya untuk hipotesis yang ditolak adalah H1, karena nilai *P-value* yang dihasilkan sebesar 0,14, yang artinya bahwa tata letak fasilitas memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Selain itu dari hasil analisis data yang diperoleh dari masing-masing variabel kenyamanan yaitu nilai rata-rata terbesar dari kenyamanan fisik sebesar 57% (57 orang), kenyamanan psikospiritual sebesar 60% (60 orang), kenyamanan lingkungan sebesar 60% (60 orang), kenyamanan sosial kultur sebesar 54% (54 orang) yang menyatakan nyaman, hal ini artinya bahwa pengunjung wisata merasa nyaman diantaranya saat berada di lokasi wisata pengunjung merasa puas seperti bahagia, tubuh merasa *fresh*, dan kepenatan akan hilang, pengunjung merasa nyaman dan aman saat berada di lokasi, selain itu dengan lokasi yang berada di daerah dataran tinggi membuat lokasi segar dan sejuk serta pencahayaan yang tidak gelap dan dengan melakukan kunjungan wisata tentu akan membuat hubungan pengunjung dengan keluarga menjadi lebih baik lagi. Hasil dari hipotesis tersebut dapat dijabarkan kembali sebagai berikut:

a. Pengaruh Tata Letak Fasilitas terhadap Kenyamanan

Berdasarkan penelitian, pengunjung melakukan perjalanan wisata cenderung untuk melepaskan diri dari padatnya kesibukan yang dilakukan sehari-hari. Tingginya suatu aktivitas dan penatnya kepadatan sehari-hari yang dimiliki oleh masyarakat, seringkali membuat seseorang sulit mencari waktu luang untuk digunakan berlibur, sehingga ketika mereka menemukan kesempatan, maka mereka cenderung akan memanfaatkannya untuk kegiatan berwisata (Prasmul Tourism, 2017). Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini yang kebanyakan

pengunjung wisata melakukan perjalanan wisata untuk tujuan berlibur dan untuk melepas kepenatan wisatawan dari padatnya aktivitas sehari-hari yang telah dilakukan. Selain itu harapan perjalanan wisata yang dilakukan dapat menjadi perjalanan yang nyaman. Perjalanan wisata yang nyaman dapat berupa kunjungan ke tempat-tempat yang indah dengan unsur fasilitas yang memadai dan layak untuk dilakukan kunjungan.

Fasilitas pada tempat wisata dapat berupa desain tata letak fasilitas yang diberikan oleh pihak perusahaan untuk membuat pengunjung wisata menjadi nyaman. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Swastika, Budhi, & Dewi (2017) yang menunjukkan bahwa infrastruktur yang baik akan memberikan kenyamanan dalam berwisata dan menjadi penentu untuk kedatangan wisatawan lain. Penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian yang lain yaitu oleh Kalangi, Lopian, & Jorie (2016) menunjukkan hasil penelitian bahwa *layout* pengelolaan sarana prasarana berpengaruh pada objek wisata, dengan indikator akses jalan menuju wisata, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah dan pembuangan sampah. Penelitian-penelitian sebelumnya menyatakan bahwa pengaruh tata letak memberikan pengaruh terhadap kenyamanan pengunjung khususnya saat di lokasi wisata. Berbeda dengan hasil analisis dari penelitian ini yang dapat dilihat pada Tabel 19 bahwa tata letak fasilitas tidak berpengaruh pada variabel kenyamanan karena hasil nilai dari *path coefficient* sebesar 10%, sehingga terdapat variabel lain yang berpengaruh pada kenyamanan yang dijelaskan di luar model penelitian ini.

Hasil dari analisis penelitian ini telah disebutkan bahwa variabel tata letak fasilitas tidak berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Hal ini disebabkan karena pengunjung wisata tidak mempertimbangkan tata letak fasilitas yang diberikan oleh perusahaan Wisata Keboen Kopi Karanganyar saat melakukan kunjungan. Selain itu dengan adanya tata letak yang salah dapat memungkinkan terjadinya hasil yang tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap kenyamanan dari pengunjung wisata. Pemberian tata letak fasilitas yang salah tentu akan berpengaruh pada jumlah kunjungan yang dilakukan pengunjung wisata dalam menikmati setiap area wisata. Berdasarkan informasi yang diperoleh

dari pihak wisata yang menyatakan bahwa terdapat beberapa area wisata dengan intensitas banyak pengunjung yang datang untuk menikmatinya adalah Roemah Lodji dan OG *Café*. Hal ini disebabkan karena lokasi area wisata mudah terlihat dan terjangkau untuk pengunjung wisata serta alur jalan yang sangat mudah untuk dilalui oleh pengunjung wisata. Selain itu terdapat area dengan intensitas yang jarang dikunjungi oleh pengunjung wisata yaitu pada area moseom pusaka, area *Konderdrop* dan area *Sibe Castle*. Rendahnya jumlah pengunjung yang berkunjung pada area tersebut dikarenakan lokasi area yang belum diketahui oleh pengunjung, letak yang tidak mudah terlihat serta alur jalan yang membingungkan. Perbandingan intensitas untuk jumlah pengunjung di setiap area yang sering dikunjungi yaitu sebesar 60% untuk area pada Roemah Lodji dan OG *Café*, sedangkan untuk area yang jarang dikunjungi yaitu moseom pusaka, area *Kinderdrop* dan area *Sibe Castle* sebesar 40%. Intensitas jumlah pengunjung membuat pihak wisata untuk terus memperhatikan setiap bagian tata letak fasilitas yang diberikan tersebut. Perhatian yang dapat dilakukan oleh pihak wisata salah satunya adalah melakukan perbaikan.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari saran perbaikan pengunjung wisata yaitu sebesar 35% (35 orang) memberikan saran terkait akses jalan menuju lokasi Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Saran yang diberikan berdasarkan keadaan yang dirasakan oleh pengunjung saat menuju lokasi wisata, yaitu masih banyak ditemukan jalan yang berlubang, jalan yang kurang lebar dan petunjuk arah lokasi wisata yang masih kurang untuk ditemukan serta masih kurangnya petunjuk jalan menuju Wisata Keboen Kopi Karanganyar dari pusat kota, sehingga hal ini tentu akan mengganggu kenyamanan pengunjung saat menuju lokasi wisata. Perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak wisata adalah melakukan pelebaran jalan serta perbaikan jalan yang rusak, memperbanyak petunjuk jalan serta pemberian petunjuk jalan yang lebih jelas terkait jarak tempuh menuju lokasi, dan pemberian alur jalan yang mudah dan jelas untuk dilalui oleh pengunjung serta penambahan petunjuk terkait Wisata Keboen Kopi Karanganyar khususnya dari pusat kota, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung terkait fasilitas yang dapat dinikmati ketika sedang berkunjung ke Kota Blitar.

Selain itu untuk fasilitas di lokasi wisata, rute jalan yang diberikan ketika pengunjung melewati loket tiket, maka pengunjung akan diberikan 2 arah jalur yang berbeda hal ini tentu akan membuat pengunjung menjadi bingung dan tidak memperhatikan setiap area-area menarik yang telah disediakan oleh pihak wisata. Denah lokasi wisata dapat di lihat pada gambar 1 yang memberikan 2 arah rute yang berbeda dengan fasilitas yang diberikan juga berbeda. Sebaiknya yang dapat dilakukan oleh pihak wisata memberikan petunjuk rute jalan utama yang dilalui oleh pengunjung untuk pertama kali masuk ke lokasi wisata dengan memberikan fasilitas yang menarik seperti *icon* dari Wisata Keboen Kopi Karanganjara sehingga menghindari terjadinya fasilitas yang terlewatkan untuk dinikmati oleh pengunjung wisata. Hal lain yang mungkin dapat dilakukan oleh pihak wisata adalah perlu adanya penjaga/salah satu karyawan yang memberikan arahan untuk pengunjung wisata ketika masuk ke area wisata. Selain itu pemberian petunjuk jalan serta petunjuk untuk di setiap area lokasi yang menarik sangat membantu memberikan informasi kepada pengunjung terkait area-area yang diberikan oleh pihak wisata.

Berdasarkan hasil analisis dari saran perbaikan pengunjung yang menginginkan adanya perbaikan dan tambahan terhadap fasilitas-fasilitas di lokasi wisata sesuai dengan harapan pihak wisata. Menurut salah pegawai di Wisata Keboen Kopi Karanganjara dari bidang Direktur Operasional dan Pemasaran, mereka berpendapat bahwa fasilitas yang diberikan dirasa masih harus diperhatikan dan dikembangkan agar lebih terlihat menarik, seperti dengan menambah fasilitas bermain, membuat jalur *one way*, perbaikan fasilitas yang sudah rusak agar dapat digunakan kembali dan terjamin keamanannya serta perbaikan-perbaikan fasilitas lain yang dirasa masih kurang dan perlu pengembangan yang lebih baik. Hasil analisis data terkait saran perbaikan untuk tampilan dan penataan tata letak fasilitas diperoleh sebesar 29% (29 orang) berharap bahwa perlu adanya tambahan fasilitas yang lebih menarik lagi seperti perlu dilakukan pembaharuan untuk lokasi museum, memperbanyak wahana bermain untuk pengunjung, perlu adanya perbaikan dengan sistem *one way*, diberikan penjelasan untuk setiap bangunan atau area yang ditawarkan saat di

lokasi wisata agar pengunjung berminat untuk melihat dan tertarik, membuat lokasi wisata lebih menarik lagi seperti *instagramable*.

Selain fasilitas tersebut, fasilitas lain yang menjadi kebutuhan dari pengunjung saat berada di lokasi wisata adalah ketersediaan fasilitas kamar kecil yang berada di lokasi wisata. Hasil dari data analisis diperoleh sebesar 12% (12 orang) yang memberikan saran perbaikan untuk fasilitas kamar kecil di Wisata Keboen Kopi Karanganjari. Harapan dari pengunjung wisata yaitu untuk letak lokasi kamar kecil tidak tersembunyi/mudah terlihat dan mudah dijangkau, memperbanyak jumlah kamar kecil, lebih memperhatikan kembali fasilitas-fasilitas di kamar kecil seperti tisu, sabun, kebersihan serta peralatan pendukung di kamar kecil. Selain di area kamar kecil, kebersihan juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh pihak wisata, karena jika kebersihan di lokasi wisata terjaga maka pengunjung akan menjadi nyaman dan tidak akan merasa terganggu. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk tetap menjaga kebersihan di lokasi wisata baik yang dilakukan pengunjung maupun pihak perusahaan adalah ketersediaan tempat sampah untuk di lokasi wisata. Hasil analisis data diperoleh sebesar 6% (6 orang) yang memberikan saran perbaikan untuk Wisata Keboen Kopi Karanganjari. Saran perbaikan tersebut yaitu untuk memperbanyak kembali jumlah tempat sampah di lokasi wisata serta letak yang terjangkau, memberikan slogan untuk tidak membuang sampah sembarang tempat dan selalu menjaga kebersihan saat di lokasi wisata, dan lebih memperhatikan kembali untuk area-area binatang.

Fasilitas yang diberikan tersebut merupakan fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh pengunjung saat di lokasi wisata. Hal ini sesuai dengan Agustiana & Atmanti (2013) yang menyatakan bahwa fasilitas penunjang, kebersihan, dan perawatan yang memadai merupakan salah satu bentuk daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang datang berkunjung, dan telah menjadi promosi karena jika fasilitas penunjang lengkap, kebersihan terjaga, dan perawatan dapat ditingkatkan, maka diharapkan akan menambah jumlah kunjungan wisatawan. Wisata Keboen Kopi Karanganjari diharapkan tetap menjaga serta meningkatkan fasilitas lain yang ada di lokasi wisata. Karena dalam hal ini salah satu tujuan seseorang mengunjungi tempat wisata antara lain untuk berlibur, untuk mencari

udara segar, untuk memenuhi kehendak keingin tahuannya, untuk melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mendapatkan ketenangan dan lain sebagainya. Semua tujuan tersebut tentu akan terpenuhi jika suasana pada tempat wisata nyaman karena bersih dan terawat serta dengan adanya fasilitas penunjang yang memadai (Agustiana & Atmanti, 2013).

Tata letak fasilitas yang diberikan pada penelitian ini adalah akses jalan menuju lokasi, ketersediaan kamar kecil, ketersediaan tempat parkir, ketersediaan tempat peristirahatan, ketersediaan tempat sampah, tampilan tata letak fasilitas, penataan tata letak fasilitas. Walaupun tata letak fasilitas tidak menjadi pertimbangan terhadap kenyamanan pengunjung saat di lokasi wisata, pengunjung wisata masih dapat menikmati fasilitas wisata lain yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bidang Direktur Operasional yang menyatakan bahwa Wisata Keboen Kopi Karanganyar memberikan fasilitas musik perjuangan yang dapat dinikmati oleh semua umur pengunjung, tanpa disadari dengan pemberian fasilitas tersebut dapat membuat pengunjung akan merasakan kenyamanan saat berada di lokasi wisata dengan suasana sejarah-sejarah budaya ditawarkan oleh Wisata Keboen Kopi Karanganyar tersebut. Selain itu pemberian fasilitas musik perjuangan akan membuat pengunjung terbawa suasana jaman dahulu kala dengan fasilitas pendukung yang diberikan.

Wisata Keboen Kopi Karanganyar memberikan berbagai macam wisata, baik wisata edukasi maupun wisata alam yang tidak dapat dinikmati pada tempat yang lain. Salah satu fasilitas wisata yang berbeda ini adalah pengunjung wisata dapat menikmati olahan kopi dari Perkebunan Kopi Karanganyar. Selain kopi dari perkebunan, pengunjung juga dapat menikmati kopi nusantara, yaitu kopi yang berasal dari berbagai daerah. Olahan kopi dapat dinikmati oleh pengunjung di fasilitas *Ons Grootouders Café* (OG *Café*), letaknya yang tidak berjauhan dengan fasilitas wisata yang lainnya, membuat fasilitas ini dapat digunakan sebagai tempat istirahat oleh pengunjung setelah melakukan perjalanan wisata di Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Walaupun OG *Café* memberikan fasilitas olahan kopi masih banyak pengunjung wisata yang belum mengetahui fasilitas tersebut. Hal tersebut tentu akan membuat pengunjung kurang merasa nyaman akan informasi yang didapatkan, sehingga untuk memudahkan pengunjung atas fasilitas yang

diberikan, sebaiknya pihak wisata memberikan *icon* sebagai daya tarik sendiri untuk fasilitas dari OG *Café*. Pemberian *icon* tersebut dapat berupa papan nama yang memudahkan pengunjung untuk melihat seperti “*Welcome Drink*”, hal ini sesuai dengan fasilitas yang diberikan yaitu pengunjung dapat menikmati wisata kopi yang ada di Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Selain dapat menikmati kopi di OG *Café*, pengunjung juga dapat membeli produk kopi dari perkebunan kopi Karanganyar yang dapat digunakan sebagai oleh-oleh pengunjung wisata. Pembelian produk dapat dilakukan pada *Roosteren Kamer* (Pengolahan Kopi) yaitu setelah melihat pengolahan kopi Karanganyar, pengunjung dapat juga membeli kopi olahan tersebut serta produk lain yang diolah dengan kopi Karanganyar.

Wisata Keboen Kopi Karanganyar juga memberikan daya tarik wisata yang berbeda, sehingga hal ini dapat membuat pengunjung wisata merasa tertarik untuk berkunjung dan merasa nyaman saat berada di lokasi wisata. Daya tarik wisata yang diberikan yaitu memiliki udara yang sejuk dan bersih, masih bebas dari bau dan bebas dari kebisingan serta tidak adanya lalu lintas yang mengganggu. Udara yang bersih dan sejuk dikarenakan lokasi yang masih asri dan terletak disekitar area perkebunan kopi sehingga masih terdapat banyak pohon-pohon kopi, yang membuat wisata ini memiliki suhu udara yang nyaman. Menurut Hidayat (2010) menjelaskan bahwa suhu udara memiliki kaitannya dengan kenyamanan. Suhu menjadi parameter yang sangat berpengaruh terhadap kenyamanan yang dirasakan oleh manusia. Semakin meningkat suhu udara hingga melebihi batas tertentu, kenyamanan yang dirasakan oleh manusia akan semakin berkurang karena sensasi panas dari suhu udara akan terlalu besar yang akan dirasakan oleh manusia. Sebaliknya semakin menurun suhu hingga batas tertentu, maka kenyamanan yang dirasakan manusia juga akan semakin menurun karena terlalu dingin. Hal ini tentu sesuai dengan suhu udara yang ada di Wisata Keboen Kopi Karanganyar yaitu udara yang sejuk dan segar yang tidak mungkin didapatkan di lokasi wisata lain. Hal tersebut juga diperjelas oleh bidang pemasaran yang menyatakan bahwa lokasi wisata dengan suasana alam yaitu sejuk dan pemandangan alam yang diberikan dari perkebunan kopi yang indah membuat tempat wisata ini disukai dan terasa nyaman untuk dinikmati oleh pengunjung wisata. Selain itu Wisata

Keboen Kopi Karanganjara juga bebas dari bau dan bebas dari kebisingan serta tidak adanya lalu lintas yang mengganggu karena lokasi wisata yang berada jauh dengan pusat jalan Kota Blitar. Hal ini tentu akan membuat pengunjung merasa nyaman telah melakukan kunjungan ke Wisata Keboen Kopi Karanganjara ini.

Tata letak fasilitas dalam hal ini tetap menjadi pertimbangan untuk Wisata Keboen Kopi Karanganjara dalam memberikan fasilitas-fasilitas tata letak yang baik kepada pengunjung wisata. Menurut Swastika, Budhi, & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa infrastruktur yang baik akan memberikan kenyamanan dalam berwisata dan menjadi penentu untuk kedatangan wisatawan. Hal ini pula yang diharapkan pengunjung wisata terkait infrastruktur yang diberikan oleh Wisata Keboen Kopi Karanganjara yaitu akses jalan menuju lokasi yang dirasa belum memadai untuk pengunjung ketika ingin melakukan perjalanan wisata. Infrastruktur tersebut sesuai dengan pihak pengelola yaitu Divisi Operasional yang menyatakan bahwa harus tetap memberikan infrastruktur yang baik khususnya pada tata letak fasilitas guna dapat membuat pengunjung wisata merasa nyaman di lokasi wisata serta fasilitas pendukung lain yang akan berdampak keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan Wisata Keboen Kopi Karanganjara selanjutnya.

b. Pengaruh Pelayanan terhadap Kenyamanan

Kenyamanan suatu tempat wisata yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan wisata, khususnya peningkatan jumlah pengunjung. Peningkatan kunjungan wisata tentu akan berpengaruh terhadap elemen yang ada pada tempat wisata. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam membuat kenyamanan dalam tempat wisata adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk pengunjung saat berada di lokasi wisata. Pelayanan yang baik akan membuat pengunjung wisata untuk berkunjung kembali, menjadi tempat rekomendasi untuk di kunjungi kembali kepada teman/kerabat, menceritakan hal-hal yang positif, dan akan mejadi pilihan utama ketika akan melakukan kunjungan wisata kembali ke tempat wisata tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian ini yaitu hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kenyamanan dengan *path coefficient* yaitu sebesar 57%. Berarti dapat diartikan bahwa semakin baik

pelayanan yang diberikan maka akan semakin berpengaruh pada kenyamanan pengunjung wisata.

Pelayanan yang diberikan pada tempat Wisata Keboen Kopi Karanganjur antara lain yaitu ketanggapan (*Responsiveness*), kehandalan (*Reliability*), empati (*Emphaty*), jaminan (*Assurance*), bukti langsung/fisik (*Tangibles*). Indikator dari variabel pelayanan dapat dijabarkan sebagai berikut yaitu untuk indikator ketanggapan (*responsiveness*) berupa kemampuan yang diberikan oleh pihak perusahaan dalam membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pengunjung. Seperti halnya keterampilan dalam komunikasi, keterampilan melayani tamu, keterampilan dalam membantu pengunjung serta penampilan profesional. Selanjutnya untuk indikator kehandalan (*reliability*) berupa kemampuan melayani pengunjung dengan sopan, sesuai kebutuhan, dan mengedepankan kepentingan seperti pemberian pelayanan sesuai dengan janji yang telah ditawarkan, pemberian perhatian kepada pengunjung yang akan berkesan di benak pengunjung wisata dan perhatian yang baik bersifat personel. Indikator selanjutnya adalah empati (*emphaty*) yang berupa kepedulian akan keinginan dari pengunjung wisata, seperti sikap karyawan wisata yang ramah dan hangat saat berkomunikasi kepada pengunjung wisata, memahami kebutuhan dan harapan para pengunjung wisata. Indikator jaminan (*assurance*) berupa memberikan kepercayaan kepada pengunjung wisata seperti ketepatan waktu operasional, pemberian informasi, serta kenyamanan dan keamanan yang diberikan. Indikator yang terakhir yaitu bukti langsung/fisik (*tangible*) berupa kemampuan yang dilakukan oleh karyawan dalam menjaga kerapian dan kebersihan di lokasi wisata seperti berpenampilan rapi dan menarik, kebersihan lingkungan yang terjaga dengan baik, serta fasilitas dan sarana penunjang yang disediakan oleh pihak pengelola wisata.

Pelayanan yang diberikan bertujuan untuk membuat pengunjung merasa senang dan tidak membuat pengunjung wisata merasa kecewa telah melakukan kunjungan ke Keboen Wisata Karanganjur ini. Hal ini juga telah disampaikan oleh Divisi Pemasaran bahwa pelayanan yang diberikan oleh tenaga kerja wisata harus didasarkan atas kepuasan pengunjung dan tenaga kerja pada perusahaan ini juga mendapatkan pelatihan yang bekerjasama dengan Dinas Ketenagakerja terkait

pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan wisata. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Swastika, Budhi, & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa meningkatnya kewirausahaan dapat dilakukan dengan diikutsertakannya para karyawan dalam pelatihan-pelatihan yang dapat menjadikan para karyawan sebagai tenaga kerja yang handal, mempunyai visi yang tajam, perencanaan yang matang, motivasi yang tinggi, mampu berinovasi, mampu memanfaatkan peluang, mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, berani mengambil resiko serta mampu beradaptasi terhadap setiap perubahan pengetahuan dan teknologi dalam melakukan pekerjaan sehingga menunjang kinerja dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan di dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam rangka pengembangan agrowisata.

Selain pelatihan yang didapatkan dari instansi luar, pelatihan juga dapat dilakukan oleh pihak perusahaan wisata sendiri yaitu seperti pelatihan dalam menyampaikan informasi terkait fasilitas-fasilitas yang diberikan seperti sejarah setiap museum, informasi tentang kopi dari karanganjar serta fasilitas lain yang dibutuhkan oleh pengunjung wisata, pelatihan dalam bersikap cepat dan tepat serta tanggap dalam melayani serta memberikan senyuman yang tulus dan manis yang bertujuan untuk memberikan kehangatan dan rasa bersahabatan kepada pengunjung wisata. Hal lain yang masih kurang diperhatikan adalah pelatihan untuk tetap selalu menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian. Pelatihan yang diberikan dapat bertujuan untuk menambah kemampuan tenaga kerja pada perusahaan dalam meningkatkan pelayanan guna sebagai peluang untuk mengembangkan tempat wisata khususnya Wisata Keboen Kopi Karanganyar.

Pelayanan lain yang dapat dilakukan oleh pihak wisata adalah tetap memberikan pelayanan pada setiap area-area yang ada di Wisata Keboen Kopi Karanganyar tersebut. Area yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan seperti area pada stasiun ATV, dimana pihak wisata tetap memberikan pelayanan yang baik yaitu seperti tata cara penggunaan ATV dengan penyampaian informasi yang baik, jelas dan ramah, melakukan pengecekan secara rutin untuk ATV yang akan ditawarkan oleh pengunjung wisata serta kondisi jalan yang akan dilalui pengunjung saat menggunakan ATV dengan kondisi jalan yang baik, mudah dilalui dan rute jalan yang tidak membingungkan. Hal tersebut tentu menjadi salah

satu pelayanan yang berhak didapatkan oleh pengunjung, khususnya pengunjung wisata yang akan menikmati fasilitas ATV untuk berkeliling perkebunan kopi Karanganjjar. Selain itu area lain juga perlu adanya perhatian pelayanan seperti pada arena *outbond*, area bermain dan *Kinderdrop*, dimana pada area tersebut memberikan berbagai macam fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung wisata, sehingga pelayanan terkait fasilitas di area tersebut perlu diperhatikan, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung.

Selanjutnya hasil analisis data diperoleh sebesar 9% (9 orang) pengunjung memberikan saran perbaikan untuk pelayanan di Wisata Keboen Kopi Karanganjjar. Saran yang diberikan berdasarkan hasil yang dirasakan oleh pengunjung saat berada di lokasi wisata. Adapun saran perbaikan yang diberikan adalah lebih ditingkatkan kembali untuk selalu bersikap ramah terhadap pengunjung, tingkat pengetahuan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk lebih ditingkatkan kembali dan adanya jaminan untuk pengunjung saat berada di lokasi wisata serta saran untuk pihak perusahaan dalam menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian maupun di lingkungan wisata. Pihak perusahaan dapat menggunakan pakaian yang selaras dengan pekerja yang lainnya, sehingga hal tersebut dapat membedakan antara pengunjung dan pekerja wisata. Saran perbaikan yang diperoleh dari data analisis dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan-pelayanan yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pelayanan yang diberikan baik dari pihak tenaga kerja maupun dari pihak perusahaan wisata tentu akan berpengaruh terhadap hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan, selanjutnya tentu akan berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan dari pengunjung wisata. Kualitas pelayanan yang baik seperti penyampaian informasi yang mudah dipahami oleh pengunjung, keramahtamahan pelayan dalam melayani pengunjung, kecepatan serta ketanggapan dalam memenuhi kebutuhan dari pengunjung. Ketepatan waktu operasional dan keamanan serta kebersihan yang diberikan oleh pihak Wisata Keboen Kopi Karanganjjar untuk pengunjung. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Paramita, Dania, & Ikasari (2017) yang menyatakan bahwa peningkatan dari kualitas pelayanan adalah ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan pelayanan, tanggung jawab, kelengkapan, kemudahan mendapat pelayanan,

kenyamanan serta atribut pendukung lainnya yang diberikan. Kualitas pelayanan tersebut berkaitan dengan variabel pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, dari masing-masing variabel mencakup peningkatan dari suatu kualitas pelayanan, sehingga hal tersebut sesuai dengan hasil dari variabel pelayanan sendiri, dimana kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas terhadap pengunjung dan kepuasan akan berdampak pada kenyamanan.

Hasil pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan dari pengunjung wisata khususnya saat berada di lokasi wisata ini. Selanjutnya hal ini sesuai dengan penelitian dari Astuti (2017) bahwa pelayanan dengan variabel *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan dari pengunjung wisata. Pada penelitian ini pula bahwa pelayanan dengan indikator *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan *tangibles* memiliki pengaruh terhadap kenyamanan pengunjung wisata. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Wisata Keboen Kopi Karanganjari, maka semakin tinggi pula kenyamanan yang akan dirasakan oleh pengunjung saat di lokasi wisata. Kenyamanan tersebut tentu akan berpengaruh terhadap keputusan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali ke Wisata Keboen Kopi Karanganjari.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, Wisata Keboen Kopi Karanganjur memiliki pengaruh dari variabel tata letak fasilitas dan variabel pelayanan terhadap variabel kenyamanan pengunjung sebesar 40,5% dan sisanya sebesar 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Oleh karena itu, agar jumlah kunjungan tetap meningkat maka perusahaan harus membuat evaluasi terhadap pengembangan Wisata Keboen Kopi Karanganjur dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Wisata Keboen Kopi Karanganjur memberikan suasana alam yang indah karena lokasi wisata yang merupakan perkebunan kopi. Fasilitas-fasilitas yang diberikan dirasa cukup dengan berbagai fasilitas edukasi sejarah dan fasilitas bermain yang menarik. Selain itu terdapat fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh pengunjung saat di lokasi wisata. Fasilitas tersebut memiliki tata letak fasilitas yang dirasa tidak berjauhan antar fasilitas yang lainnya khususnya untuk pengunjung yang berjalan kaki.
2. Variabel Tata letak fasilitas memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap tingkat kenyamanan pengunjung wisata, karena pengunjung wisata tidak mempertimbangkan tata letak fasilitas yang diberikan oleh pihak Wisata Keboen Kopi Karanganjur dan adanya tata letak fasilitas yang salah dapat memungkinkan terjadi hasil seperti itu. Hal tersebut sesuai dengan hasil data analisis yaitu sebesar 35% (35 orang) memberikan saran perbaikan terkait akses jalan menuju lokasi wisata, 29% (29 orang) memberikan saran bahwa tampilan dan penataan tata letak fasilitas pada Wisata Keboen Kopi Karanganjur untuk perlu perbaikan dan pengembangan, 12% (12 orang) memberikan saran terkait ketersediaan fasilitas pendukung seperti fasilitas kamar kecil, 6% (6 orang) memberikan saran perbaikan untuk selalu memperhatikan kebersihan di lokasi wisata dengan ketersediaan tempat sampah di lokasi. Saran perbaikan yang diberikan pengunjung dapat menjadi kemungkinan bahwa tata letak fasilitas di lokasi wisata masih kurang baik dan

perlu adanya perbaikan-perbaikan untuk mengembangkan dan memajukan Wisata Keboen Kopi Karanganyar selanjutnya.

3. Nilai variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kenyamanan pengunjung wisata. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Semakin besar peningkatan pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata maka akan berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan pengunjung saat di lokasi. Berdasarkan data analisis yang diperoleh sebesar 9% (9 orang) pengunjung memberikan saran perbaikan yaitu untuk selalu bersikap ramah terhadap pengunjung, meningkatkan pengetahuan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung terkait Wisata Keboen Kopi Karanganyar, dan adanya jaminan untuk pengunjung saat berada di lokasi wisata serta untuk selalu menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian maupun di lingkungan wisata. Saran perbaikan yang diberikan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan baik dari luar pihak wisata maupun pihak wisata yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan karyawan serta pengembangan pelayanan pada Wisata Keboen Kopi Karanganyar. Pelayanan yang baik tentu akan memberikan kenyamanan terhadap pengunjung wisata. Selanjutnya kenyamanan akan berpengaruh terhadap perasaan pengunjung yang akan merasa puas dan hal ini akan membuat pengunjung memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan wisata kembali ke Wisata Keboen Kopi Karanganyar, selanjutnya wisata ini akan menjadi rekomendasi untuk kunjungan wisata selanjutnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wisata Keboen Kopi Karanganyar perlu memperhatikan tata letak fasilitas yang diberikan saat menuju lokasi wisata dan saat di lokasi wisata. Seperti melakukan perbaikan dan pelebaran jalan menuju lokasi wisata, memperbanyak petunjuk jalan serta pemberian petunjuk jalan yang lebih jelas terkait jarak tempuh untuk menuju lokasi wisata, pemberian alur jalan yang mudah dan jelas untuk dilalui oleh pengunjung. Selanjutnya untuk di lokasi

wisata pihak wisata dapat memperbaiki kembali rute tata letak yang dilalui oleh pengunjung seperti memperbaiki atau memperjelas kembali rute jalan yang dilalui oleh pengunjung setelah melewati loket. Sebaiknya rute jalan di buat 1 jalan atau pemberian arah jalan untuk dilalui pertama kali saat pengunjung melewati loket. Hal ini untuk menghindari terjadinya fasilitas yang bisa saja dilewatkan untuk dinikmati oleh pengunjung wisata.

2. Selain tata letak fasilitas, terdapat beberapa fasilitas lain yang perlu untuk dilakukan pengembangan kembali seperti penataan dan penampilan tata letak fasilitas di lokasi wisata. pengembangan yang dapat dilakukan seperti melakukan perhatian secara khusus terhadap fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh pihak wisata khususnya pada area bermain serta area yang lain untuk menghindari terjadinya hal yang tidak diinginkan seperti kurang terjaga keselamatan pada fasilitas yang rusak sehingga perlu dilakukan pengecekan secara rutin untuk setiap area di lokasi wisata.
3. Melakukan penambahan serta perbaikan fasilitas yang lebih menarik lagi seperti penambahan wahana lain yang dapat dinikmati oleh pengunjung, pemberian papan penjelasan untuk setiap area fasilitas yang diberikan oleh pihak wisata dengan tujuan agar pengunjung lebih tertarik dan menikmati fasilitas yang telah disediakan tersebut, serta perbaikan lokasi wisata lebih menarik lagi dengan penambahan spot foto yang *instagramable* yang digunakan sebagai dokumentasi foto untuk pengunjung wisata.
4. Selanjutnya fasilitas lain yang perlu untuk diperhatikan kembali adalah ketersediaan kamar kecil. Perhatian tersebut dapat dilakukan dengan memberikan petunjuk kamar kecil yang lebih jelas/terlihat agar pengunjung dapat segera mungkin menemukan lokasi tersebut jika dirasa letak berjauhan dengan area wisata, memberikan fasilitas kamar kecil yang cukup agar tidak antri saat banyak pengunjung yang menggunakan, memperhatikan fasilitas di dalam kamar kecil seperti tisu, sabun serta kebersihan di kamar kecil tersebut.
5. Penambahan papan dengan tulisan yang lebih menarik sebagai penjelasan untuk pengunjung saat ingin menikmati kopi dari perkebunan karangharjo, khususnya pada fasilitas OG *Café* yaitu “*Welcome Drink*”, hal ini bertujuan untuk penyampaian informasi pada salah satu fasilitas di OG *Café* yang dapat

dinikmati oleh pengunjung yaitu fasilitas dalam olahan kopi dari perkebunan karanganjar.

6. Pelayanan pada Wisata Keboen Kopi Karanganjar perlu ditingkatkan kembali dengan memberikan pelatihan karyawan wisata secara bersama-sama khususnya pelatihan dari pihak wisata seperti pelatihan tata cara menyampaikan informasi baik terkait informasi yang diberikan seperti sejarah fasilitas area museum, informasi tentang kopi khas karanganjar serta fasilitas lain yang dibutuhkan oleh pengunjung wisata, pelatihan dalam bersikap cepat dan tepat serta tanggap dalam melayani serta memberikan senyuman yang tulus dan manis yang bertujuan untuk memberikan kehangatan dan rasa bersahabatan kepada pengunjung wisata serta pelatihan untuk tetap selalu menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpakaian. Pelatihan yang diberikan dapat bertujuan untuk membantu dalam meningkatkan pelayanan di Wisata Keboen Kopi Karanganjar.
7. Perlu adanya perhatian pelayanan pada area stasiun ATV yaitu dalam penyampaian informasi untuk pengguna ATV, informasi diberikan jelas, bersikap ramah, serta mudah dipahami, melakukan pengecekan secara rutin untuk ATV yang akan ditawarkan oleh pengunjung wisata serta kondisi jalan yang akan dilalui pengunjung saat menggunakan ATV dengan kondisi jalan yang baik, mudah dilalui dan rute jalan yang tidak membingungkan. Hal tersebut bertujuan dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
8. Perlu adanya pertimbangan selanjutnya yaitu untuk fasilitas Roemah Lodji yang dapat digunakan sebagai rumah singgah oleh pengunjung dengan biaya yang ditawarkan tidaklah sedikit, hal tersebut bertujuan untuk dapat meningkatkan *profit* dari pihak wisata dan kesempatan yang diberikan untuk pengunjung dalam menikmati fasilitas pada Roemah Lodji khususnya ruang kamar yaitu ruang kamar dengan desain jaman belanda serta pernah di singgahi oleh Soekarno.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana, L., & Atmanti, H. D. (2013). Analisis Efisiensi Obyek Wisata di Kabupaten Wonosobo. *Http://ejournal-S1.undip.ac.id/index.php/jme*, 2(2), 1–11. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/19679-ID-analisis-efisiensi-obyek-wisata-di-kabupaten-wonosobo.pdf>
- Arif, M. (2017). *Perancangan Tata Letak Pabrik* (Edisi I). Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=NeYvDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Astuti, A. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Dlingo. *JRMB*, 12(2), 107–120.
- Gasperzs, V. (1997). *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (1990). Service Management: A Management Focus for Service Competition. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1). Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=UEzRNYRI_TwC&printsec=frontcover&dq=kotler+2002&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjejt6Qv-LYAhXXKpo8KHRqhAlkQ6AEILjAB#v=onepage&q=kotler2002&f=false
- Gunawan, R. O., & Nurcahyo, C. B. (2014). Optimasi Tata Letak Fasilitas Menggunakan Metode Multi Objective Function pada Pembangunan Proyek Apartemen Nine Residence Jakarta. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2).
- Harahap, K. A. S. E. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Ronggowarsito Semarang. Retrieved from <http://eprints.dinus.ac.id/8885/>
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. (D. A. Halim, Ed.) (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, E. (2008). *Manajemen Operasi* (Edisi 3). Jakarta: Grasindo. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=xGgDqdl5NZEC&pg=PA143&dq=pengertian+tata+letak&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiOwquz8s7YAhWILo8KHdneBHsQ6AEIXzAI#v=onepage&q=pengertian+tata+letak&f=false>
- Hidayat, I. W. (2010). The Ecological Role of Trees and Their Interactions in Forming the Microclimate Amenity of Environment. *Jurnal Bumi Lestari*, 10(2), 182–190. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Imawan_Wahyu_Hidayat/publication/276921742_The_ecological_role_of_trees_and_their_interactions_in_forming_the_microclimate_amenity_of_environment/links/555bf5c608aec5a

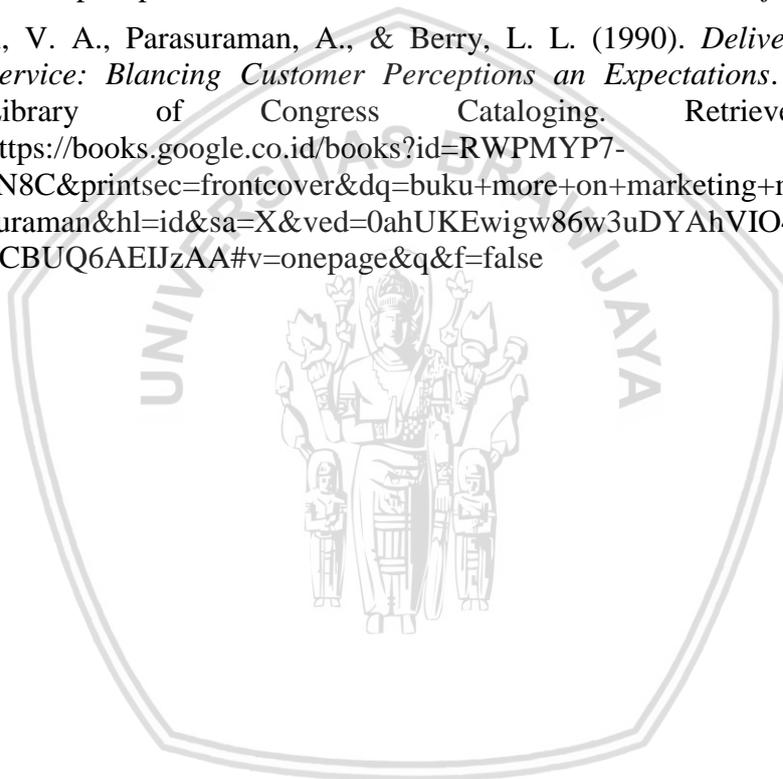
c22328c63/The-ecological-role-of-trees-and-their-interactions-in-forming-the-microclimate-amenity-of-environment.pdf

- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., Aminuddin, N., & Mustafa, N. (2016). Community-Based Homestay Service Quality , Visitor Satisfaction , and Behavioral Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 398–405. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.192>
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika*.
- Kalangi, A. S., Lapian, J., & Jorie, R. J. (2016). Pengaruh Layout Pengelolaan Sarana Prasarana terhadap Objek Wisata Gunung Mahawu di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 4(5), 323–333. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/131227-ID-pengaruh-layout-pengelolaan-sarana-prasa.pdf>
- Kolcaba, K. (2003). *Comfort Theory and Practice: A Vision for Holistic Health Care and Research*. New York: Springer Publishing Company.
- Korantil, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan terhadap Sarana di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–254.
- Kotler, P., Jain, D. C., & Maesincee, S. (2002). *Marketing Moves: A New Approach to Profits, Growth and Renewal*. America: Harvard Business School. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=UEzRNYRI_TwC&printsec=frontcover&dq=kotler+2002&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewjejt6Qv-LYAhXKpo8KHRqhAlkQ6AEILjAB#v=onepage&q=kotler2002&f=false
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 5.0* (Third Edit). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lei, S., & Chu, L. (2015). The Mediating Role of Consumer Satisfaction in the Relationship Between Brand Equity and Brand Loyalty Based on PLS-SEM Model. *International Business Research*, 8(2), 1–9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v8n2p62>
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons Ltd.
- Ma'arif, M. S., & Tanjung, H. (2003). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Grasindo. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=MzZ4T0MjvcAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Moenir, H. A. . (2005). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). semPLS: Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 48(3), 1–32.

- Retrieved from
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj2huL82v3YAhWJvI8KHWsvCDsQFggsMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.jstatsoft.org%2Farticle%2Fview%2Fv048i03%2Fv48i03.pdf&usg=AOvVaw0pxhBdep_6rXp2hU2fEVZU
- Mujanah, S., Ratnawati, T., & Andayani, S. (2016). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kawasan Hinterland Gunung Bromo Jawa Timur, *1*(1), 33–52. Retrieved from
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=401990&val=8813&title=STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KAWASAN HINTERLAND GUNUNG BROMO JAWA TIMUR>
- Normann, R. (1991). *Service Management: Strategy and Leadership in Service Business* (Edisi 2). East Kilbride: Wiley.
- Paramita, M. S., Dania, W. A. P., & Iksari, D. M. (2017). Penilaian Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Servqual (Service Quality) dan Six Sigma (Studi Kasus pada “Restoran Dahlia” Pasuruan). *Jurnal Industria*, *4*(3), 102–115.
- Prasmul Tourism. (2017). Trend Pariwisata Indonesia Tahun 2017 yang Harus Kamu Ketahui. Retrieved from
<http://www.prasmultourism.com/2017/06/27/tren-pariwisata-indonesia-tahun-2017/>
- Sajiwani, M., Jayanegara, K., & Kencana, I. P. E. N. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji menggunakan Metode Partial Least Square (Studi Kasus Burger King Bali). *E-Jurnal Matematika*, *4*(3), 98–103. <https://doi.org/2303-1751>
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM): Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Retrieved from
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=iDD71aY6RXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=metode+sem&ots=NIssm4zIoe&sig=IEbQDOIAI6ZZYYNTaN0BzLPS8nM&redir_esc=y#v=onepage&q=metode sem&f=false
- Sawitri, N. P., Yasa, N. N. K., & Jawas, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accomodation di Ubud, *7*(1), 40–47. Retrieved from
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=82864&val=954>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 4). Jakarta: Selemba Empat.
- SINDOnews. (2017). Kontribusi Pertumbuhan Pariwisata di Sektor Ekonomi Terbesar dan Tercepat. *Susanti, Inda*. Jakarta. Retrieved from
<https://ekbis.sindonews.com/read/1231216/34/kontribusi-pertumbuhan-pariwisata-di-sektor-ekonomi-terbesar-dan-tercepat-1502940648%0A%0A>
- Stevenson, W. J., & Chuong, S. C. (2014). *Manajemen Operasi: Perspektif Asia*. (M. Masykur, Ed.) (Edisi 9). Jakarta: Selemba Empat.
- Sutopo, & Suryanto, A. (2006). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi

Negara.

- Swastika, I. P. D., Budhi, M. K. S., & Dewi, M. henny U. (2017). Analisis Pengembangan Agrowisata untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Petang Kabupaten Badung, *12*, 4103–4136. <https://doi.org/2337-3067>
- Umar, H. (2003). *Business An Introduction* (Cetakan Ke). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rGm-IHwZG0sC&pg=PA143&dq=manajemen+produksi+dan+operasi&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjz6-mm5NvYAhVMkZQKHbF1B-EQ6AEITjAG#v=onepage&q&f=false>
- Wulandari, V., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Blancing Customer Perceptions an Expectations*. New York: Library of Congress Cataloging. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=RWPMYP7-sN8C&printsec=frontcover&dq=buku+more+on+marketing+models+parasuraman&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwigw86w3uDYAhVIO48KHQ-xCBUQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>





LAMPIRAN



1. Uji Instrumen Kuesioner

Data Tabulasi Kuesioner

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total
1	5	4	4	4	4	3	3	27
2	4	4	4	5	5	4	3	29
3	4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	5	4	4	30
6	5	4	4	4	5	4	5	31
7	4	3	5	4	5	5	4	30
8	4	5	4	5	5	4	5	32
9	5	5	5	4	5	4	4	32
10	4	3	4	4	4	3	3	25
11	4	4	4	2	4	4	3	25
12	2	3	2	2	4	4	3	20
13	5	4	4	4	4	5	4	30
14	5	4	4	4	2	3	4	26
15	2	4	4	4	4	4	3	25
16	5	4	3	3	5	5	5	30
17	4	4	4	4	5	5	4	30
18	4	3	2	2	2	4	4	21
19	3	2	3	3	4	3	3	21
20	5	2	4	3	5	4	5	28
21	3	2	3	3	4	3	3	21
22	3	4	3	3	4	4	2	23
23	4	2	3	2	4	4	3	22
24	3	4	4	3	4	4	4	26
25	3	3	3	4	4	3	3	23
26	4	3	4	2	5	3	3	24
27	3	4	4	4	5	4	3	27
28	4	4	4	2	5	5	4	28
29	3	3	3	4	4	4	3	24
30	4	3	4	4	4	4	5	28

Keterangan:

- X1.1 = Akses jalan menuju lokasi
- X1.2 = Ketersediaan kamar kecil
- X1.3 = Ketersediaan tempat parkir
- X1.4 = Ketersediaan tempat peristirahatan
- X1.5 = Ketersediaan tempat sampah
- X1.6 = Tampilan tata letak fasilitas
- X1.7 = Penataan tata letak fasilitas

Lanjutan

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	16
3	4	4	5	5	21	4	5	5	5	19
4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16
4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	20
4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	19
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19
3	3	3	3	4	16	4	4	4	3	15
3	4	4	3	3	17	4	4	3	4	15
4	4	3	5	3	19	4	4	5	5	18
5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20
3	4	3	4	3	17	4	4	5	5	18
3	3	4	3	4	17	3	4	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12
2	3	3	3	3	14	2	3	3	3	11
5	4	3	4	3	19	4	4	5	4	17
2	3	3	3	3	14	2	3	4	3	12
3	4	3	4	4	18	4	4	5	4	17
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	16
4	4	4	3	4	19	4	4	5	4	17
3	5	4	5	4	21	4	4	4	4	16
3	5	4	2	2	16	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	19	5	4	5	4	18
5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	16
3	4	3	2	3	15	3	3	4	4	14
4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	17

Keterangan:

- X2.1 = Ketanggapan (*Responsiveness*)
 X2.2 = Keandalan (*Reliability*)
 X2.3 = Empati (*Emphaty*)
 X2.4 = Jaminan (*Assurance*)
 X2.5 = Bukti langsung/fisik (*Tangibles*)
 Y1.1 = Kenyamanan fisik
 Y1.2 = Kenyamanan psikospiritual
 Y1.3 = Kenyamanan lingkungan
 Y1.4 = Kenyamanan sosial kultural

2. Hasil Uji Validitas

a. Variabel Tata Letak Fasilitas (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total1
X1.1	Pearson Correlation	1	.266	.450*	.191	.142	.169	.583**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.155	.013	.313	.453	.372	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.266	1	.467**	.446*	.223	.348	.227	.668**
	Sig. (2-tailed)	.155		.009	.013	.237	.059	.227	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.450*	.467**	1	.502**	.476**	.198	.306	.756**
	Sig. (2-tailed)	.013	.009		.005	.008	.294	.100	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.191	.446*	.502**	1	.232	.027	.223	.609**
	Sig. (2-tailed)	.313	.013	.005		.218	.888	.236	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.142	.223	.476**	.232	1	.409*	.216	.588**
	Sig. (2-tailed)	.453	.237	.008	.218		.025	.251	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.169	.348	.198	.027	.409*	1	.429*	.544**
	Sig. (2-tailed)	.372	.059	.294	.888	.025		.018	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.583**	.227	.306	.223	.216	.429*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.227	.100	.236	.251	.018		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total1	Pearson Correlation	.642**	.668**	.756**	.609**	.588**	.544**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total2
X2.1	Pearson Correlation	1	.474**	.542**	.454*	.369*	.781**
	Sig. (2-tailed)		.008	.002	.012	.045	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.474**	1	.642**	.265	.190	.662**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.157	.316	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.542**	.642**	1	.335	.581**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.070	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.454*	.265	.335	1	.651**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.012	.157	.070		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.369*	.190	.581**	.651**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.045	.316	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total2	Pearson Correlation	.781**	.662**	.805**	.745**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Kenyamanan (Y1)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total3
Y1.1	Pearson Correlation	1	.813**	.631**	.624**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.813**	1	.615**	.635**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.631**	.615**	1	.683**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.624**	.635**	.683**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Total3	Pearson Correlation	.893**	.875**	.847**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel Tata Letak Fasilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	22.6333	9.413	.456	.729
X1.2	23.0000	9.448	.507	.716
X1.3	22.8333	9.385	.649	.690
X1.4	23.0667	9.582	.409	.740
X1.5	22.2333	9.978	.411	.737
X1.6	22.5667	10.530	.390	.741
X1.7	22.8667	9.499	.511	.716

b. Variabel Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.6667	4.920	.600	.757
X2.2	15.2000	6.028	.497	.785
X2.3	15.4333	5.426	.689	.730
X2.4	15.4000	5.214	.558	.770
X2.5	15.5000	5.569	.593	.757

c. Variabel Kenyamanan (Y1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	12.6000	2.731	.780	.842
Y1.2	12.5333	3.361	.794	.842
Y1.3	12.2000	3.131	.723	.860
Y1.4	12.3667	3.137	.727	.859



4. Tabulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian dari 100 Responden

a. Karakteristik Pengunjung Wisata

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Alamat Tempat Tinggal
1	1	2	Tulungagung
2	1	2	Perum Singgasana Rama, Blitar
3	2	3	Perum Bengawan Solo Regency Blok J-2 Pakunden, Blitar
4	1	1	Tulungagung
5	1	1	Trenggalek
6	1	1	Blitar
7	2	1	Desa Soso, Blitar
8	2	2	Klampok, Blitar
9	1	2	Jl. Patimura 128 C, Blitar
10	2	3	Jl. Masji No. 25, Blitar
11	1	3	Jl. WR. Supratman, Blitar
12	1	2	Jl. Kalasan Barat 26, Blitar
13	1	1	Tambakan RT 03 RW 08 Gandusari, Blitar
14	2	1	Dusun Tekik RT 03/ RW 08 Tambakan, Gandusari, Blitar
15	2	2	Jl. Duku No. 21, Karang Sari, Blitar
16	1	1	Diwek, Jombang
17	1	1	Kebonagung RT 002 RW 002 Wonodadi, Blitar
18	2	2	Tulungagung
19	2	2	Blitar
20	1	2	Kanigoro, Blitar
21	1	1	Bence II, Blitar
22	1	3	Blitar, Jawa Timur
23	1	1	Wonorejo, Blitar
24	1	1	Bacem, Blitar
25	1	2	Kertojaya Indah V Blok F. 407 Surabaya
26	1	1	Banyuwangi
27	1	1	Jl. Bungurasih Utara No. 29 RT 03 RW 04 Waru, Sidoarjo
28	1	1	Lawang, Malang
29	1	1	Dusun Karang Desa Kambingan Cerme, Gresik
30	2	1	Desa Kaliboto, Wonodadi, Blitar
31	1	1	Wonodadi, Blitar
32	2	2	Blitar

Keterangan:

Jenis Kelamin

1 = Laki-laki

2 = Perempuan

Usia

1 = 17 – 25 tahun

2 = 26 – 34 tahun

3 = 35 – 44 tahun

4 = 45 – 54 tahun

Lanjutan

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Alamat Tempat Tinggal
33	2	2	Wlingi, Blitar
34	2	1	PTPN XII Kebun Bantaran Blitar
35	2	2	Blitar
36	2	1	Lingkungan Tawangsari 03/07 Blitar
37	1	1	Banyuwangi, Jawa Timur
38	1	1	Sumenep, Madura
39	1	1	Pamekasan, Madura
40	1	1	Dusun Pandian Desa Pontoh, Gaus, Pamekasan
41	1	2	Karangsono, Blitar
42	1	2	Kediri
43	1	1	Blitar
44	2	2	Selorjo, Blitar
45	2	1	Tulungagung
46	2	1	Tulungagung
47	1	2	Sumberagung, Selorejo, Blitar
48	1	4	Kademangan, Blitar
49	1	1	Kediri
50	2	1	Jakarta
51	1	1	Kediri
52	2	1	Sumber, Slorok RT 01 RW 01 Garum, Blitar
53	2	1	Blitar
54	1	3	Jl. Madura 61, Blitar
55	1	3	Villa Bukit Tidar A4 121, Malang
56	1	1	Desa Tlogomas, Tirtoyudo, Malang
57	2	1	Blitar
58	2	1	Blitar
59	2	3	Jl. Nakula No. 40 Kademangan, Blitar
60	2	3	Malang
61	1	1	Jl. Widuri No. 68 Sukorjo, Blitar
62	1	2	Blitar
63	2	3	Jl. Ahmad Yani Gang 3 No. 56 D Blitar
64	1	3	Jl. Dr. Sutomo 101, Blitar
65	2	3	Jl. Dr. Sutomo 101, Blitar
66	1	3	Kecamatan Boyolangu, Tulungagung

Keterangan:

Jenis Kelamin

1 = Laki-laki

2 = Perempuan

Usia

1 = 17 – 25 tahun

2 = 26 – 34 tahun

3 = 35 – 44 tahun

4 = 45 – 54 tahun

Lanjutan

Responden	Jenis Kelamin	Usia	Alamat Tempat Tinggal
67	2	3	Perum Jepun, Madiun
68	2	1	Sumber, Sunankulon, Blitar
69	1	1	Jl. Mawar No. 1 Blitar
70	1	1	Jl. Randu Agung 53, Blitar
71	2	1	Desa Sukosewu Gandusari, Blitar
72	2	1	BTN Azabri Gedos Blok O/ 5 Blitar
73	2	1	Jl. Tanjung No. 49 Blitar
74	2	1	Jl. Serma Abd Rahman. Kusuma Bangsa Probolinggo
75	2	1	Kanigoro, Blitar
76	1	3	Brengosan, Kota Barat, Surakarta
77	2	4	Jl. Raya Pojok - Garum, Blitar
78	2	3	Perum Graha Candi Permai, Pasuruan
79	1	3	Pasuruan
80	1	4	Banjaran Gang Carik 20/38 Kediri
81	1	1	Jl. Banjaran Gang Carik No. 38, Kediri
82	2	1	Jl. Banjaran Gang Carik No. 38, Kediri
83	2	3	Jl. Banjaran Gang Carik No. 38, Kediri
84	2	3	Jl. Dr. Setiabudi I No. 19 Brebes
85	2	1	Perumahan Lapas Brebes, Jawa Tengah
86	2	1	Bangsri 1/3 Kecamatan Nglegok, Blitar
87	2	4	Desa Brenggong RT 01 RW 04, Purworejo, Jawa Tengah
88	2	3	Malang
89	2	3	Blitar
90	1	3	Surabaya
91	1	3	Singosari
92	2	3	Singosari
93	2	2	Jl. Toga B6/9 Perumnas Pakunden Blitar
94	1	4	Perum Pakundan A. 20 Tanjungsari Blitar
95	2	1	Jl. Jend Sudirman No. 54 Kademangan
96	2	1	Kademangan , Blitar
97	1	1	Kademangan , Blitar
98	1	2	Kediri
99	2	1	Kediri
100	2	1	Kediri

Keterangan:

Jenis Kelamin

1 = Laki-laki

2 = Perempuan

Usia

1 = 17 – 25 tahun

2 = 26 – 34 tahun

3 = 35 – 44 tahun

4 = 45 – 54 tahun

b. Penilaian dengan Variabel Penelitian

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	67
2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	66
3	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	73
4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	3	60
5	5	3	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	60
6	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	65
7	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	69
8	1	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	61
9	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	64
10	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	65
11	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
12	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	71
13	5	5	4	4	1	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	69
14	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	62
15	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	72
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	52
17	4	5	2	4	5	1	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	63
18	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	72
19	5	3	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	68
20	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	68
21	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	3	3	5	3	4	3	61
22	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	60

Lanjutan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
23	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	68
24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
25	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	59
26	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	67
28	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	5	5	4	5	5	56
29	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	62
30	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	62
31	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	71
32	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	55
33	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
35	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	64
36	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	71
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	57
39	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	42
40	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
41	4	4	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	71
42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
44	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	48

Lanjutan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	67
46	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	72
47	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	47
48	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	75
49	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	69
50	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	69
51	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	71
52	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	4	58
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	65
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
56	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	56
57	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	4	3	67
58	5	5	3	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	5	5	4	66
59	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	64
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	63
61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	70
62	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	64
63	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	49
65	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	2	30
66	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	68

Lanjutan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
67	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	69
68	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	61
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	64
70	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	57
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	58
72	5	4	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	4	3	4	4	66
73	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	65
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	68
75	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	2	58
76	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	69
77	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	75
78	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	63
79	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	63
80	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	69
81	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	55
82	4	5	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	61
84	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	66
85	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	69
86	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	74
87	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	63
88	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	4	64

Lanjutan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
89	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	61
90	3	5	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	62
91	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	67
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
93	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
94	5	3	4	4	5	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	61
95	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	62
96	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
97	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	65
98	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	55
99	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	74
100	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	57

5. Analisis Statistik

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hasil Pengukuran Reflektif dengan melihat hasil nilai dari *Indicator Reliability* menggunakan parameter nilai *Loading Factor* yaitu minimal nilai yang dihasilkan lebih dari 0,7.

	X1	X2	Y1	Type (as defined)	SE	P-value
X1.1	(0,704)	-0,004	0,074	Reflective	0,083	<0,001
X1.2	(0,712)	0,271	-0,151	Reflective	0,082	<0,001
X1.3	(0,860)	0,017	-0,039	Reflective	0,079	<0,001
X1.4	(0,759)	0,070	-0,064	Reflective	0,081	<0,001
X1.5	(0,816)	-0,059	-0,003	Reflective	0,080	<0,001
X1.6	(0,800)	-0,123	0,136	Reflective	0,080	<0,001
X1.7	(0,845)	-0,131	0,037	Reflective	0,079	<0,001
X2.1	0,122	(0,798)	-0,039	Formative	0,080	<0,001
X2.2	0,090	(0,865)	-0,064	Formative	0,079	<0,001
X2.3	-0,065	(0,847)	-0,114	Formative	0,079	<0,001
X2.4	-0,074	(0,874)	-0,072	Formative	0,079	<0,001
X2.5	-0,076	(0,776)	0,313	Formative	0,081	<0,001
Y1.1	0,002	-0,106	(0,859)	Formative	0,079	<0,001
Y1.2	0,020	-0,116	(0,814)	Formative	0,080	<0,001
Y1.3	0,128	-0,233	(0,768)	Formative	0,081	<0,001
Y1.4	-0,171	0,541	(0,673)	Formative	0,083	<0,001

Selanjutnya nilai dari *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

	X1	X2	Y1
Composite Reliability	0,919	0,916	0,862
Cronbach's Alpha	0,896	0,884	0,784
Avr. Var. exctrac (AVE)	0,620	0,685	0,611

Tahap selanjutnya hasil dari nilai *Discriminant Validity*. Nilai *Discriminant Validity* dapat diketahui dari nilai yang dihasilkan tidak boleh lebih dari nilai yang lain.

	X1	X2	Y1
X1	(0,787)	0,531	0,402
X2	0,531	(0,827)	0,610
Y1	0,402	0,610	(0,781)

Nilai dari *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan *Average Variance Extracted* (AVE), dapat diketahui dari tabel berikut ini .

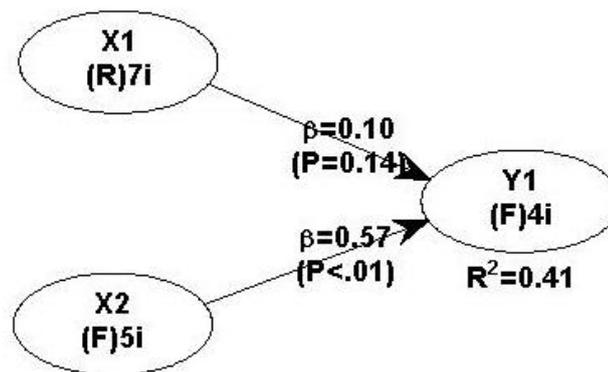
	X1	X2	Y1
R-squared			0,405
Adj. R-squared			0,393
Composite reliab.	0,919	0,916	0,862
Cronbach's alpha	0,896	0,884	0,784
Avg. var. extrac.	0,620	0,685	0,611
Full Collin. VIF	1,411	1,884	1,615
Q-squared			0,411
Min	-3,439	-4,391	-2,959
Max	1,518	1,772	1,711
Median	0,086	0,149	-0,203
Mode	-0,135	0,149	-0,203
Skewness	-0,783	-1,020	-0,105
Exc. Kurtosis	0,942	3,313	0,153

Hasil pengukuran formatif dengan melihat nilai dari kriteria *Indicator Reliability* dan *Collinearity* dengan parameter yang digunakan masing-masing yaitu *Signifikacant Weight* dan nilai VIF dan *Tolerance*, sebagai berikut ini.

	X1	X2	Y1	Type (as defined)	SE	P value	VIF	WLS	ES
X1.1	(0,162)	0,000	0,000	Reflective	0,096	0,046	1,673	1	0,114
X1.2	(0,164)	0,000	0,000	Reflective	0,096	0,045	1,769	1	0,117
X1.3	(0,198)	0,000	0,000	Reflective	0,095	0,019	3,110	1	0,171
X1.4	(0,175)	0,000	0,000	Reflective	0,095	0,035	1,873	1	0,133
X1.5	(0,188)	0,000	0,000	Reflective	0,095	0,025	2,463	1	0,153
X1.6	(0,184)	0,000	0,000	Reflective	0,095	0,028	2,431	1	0,148
X1.7	(0,195)	0,000	0,000	Reflective	0,095	0,021	2,923	1	0,165
X2.1	0,000	(0,233)	0,000	Formative	0,094	0,007	1,991	1	0,186
X2.2	0,000	(0,253)	0,000	Formative	0,093	0,004	2,531	1	0,219
X2.3	0,000	(0,248)	0,000	Foramtive	0,093	0,005	2,366	1	0,210
X2.4	0,000	(0,247)	0,000	Formative	0,093	0,005	2,390	1	0,209
X2.5	0,000	(0,227)	0,000	Formative	0,094	0,009	1,796	1	0,176
Y1.1	0,000	0,000	(0,351)	Formative	0,091	<0,001	2,034	1	0,302
Y1.2	0,000	0,000	(0,333)	Formative	0,091	<0,001	1,790	1	0,271
Y1.3	0,000	0,000	(0,314)	Formative	0,092	<0,001	1,517	1	0,242
Y1.4	0,000	0,000	(0,276)	Formative	0,093	0,002	1,297	1	0,186

a. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tahapan dalam *Inner Model* adalah yang pertama membuat *Path Coefficient* dan *Effect Size* yaitu sebagai berikut ini:



Dengan hasil *Effect Size* yaitu sebagai berikut ini:

Standard errors for path coefficients

	X1	X2	Y1
X1			
X2			
Y1	0,097	0,086	

Effect sizes for path coefficients

	X1	X2	Y1
X1			
X2			
Y1	0,043	0,362	

Tahapan selanjutnya dengan melihat nilai *R-squared*, *Full Collinearity*, dan *Q-squared* yaitu sebagai berikut:

	X1	X2	Y1
<i>R-squared</i>			0,405
<i>Adj. R-squared</i>			0,393
<i>Full Collin. VIF</i>	1,411	1,884	1,615
<i>Q-squared</i>			0,411

b. Nilai *Goodness of Fit (GoF)*

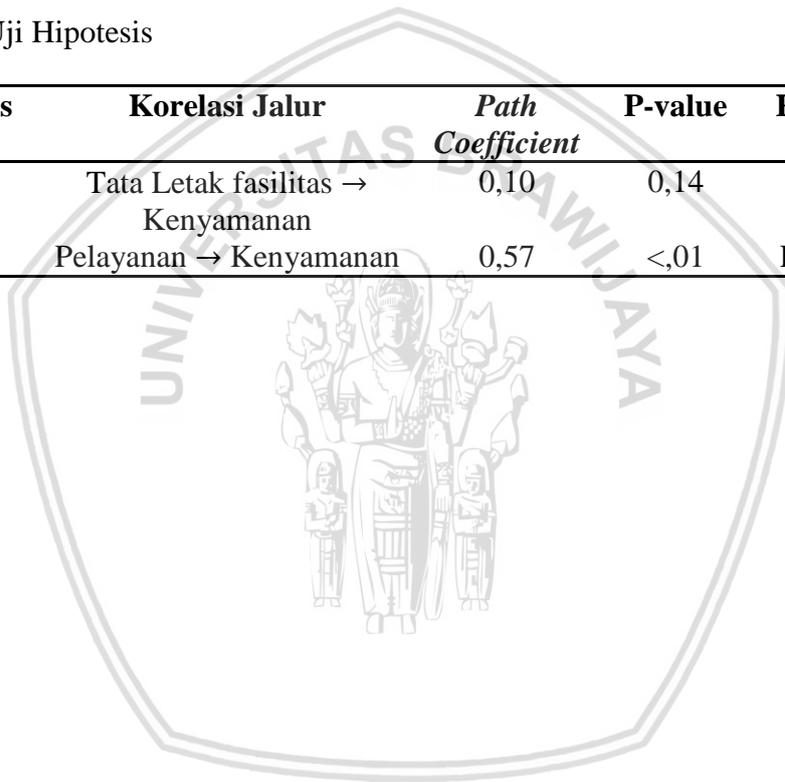
Nilai *Goodness of Fit (GoF)* dapat diketahui dengan melihat nilai dari *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-squared (ARS)*, *Average Block VIF (AVIF)*, yaitu sebagai berikut:

Model fit and quality indices

<i>Average path coefficient (APC) = 0,339, P<0,001</i>
<i>Average R-squared (ARS) = 0,405, P<0,001</i>
<i>Average adjusted R-squared (AARS) = 0,393, P<0,001</i>
<i>Average block VIF (AVIF) = 1,405, acceptable if ≤ 5, ideally $\leq 3,3$</i>
<i>Average full collinearity VIF (AFVIF) = 1,637, acceptable if ≤ 5, ideally $\leq 3,3$</i>
<i>Tenenhaus GoF (GoF) = 0,509, small $\geq 0,1$, medium $\geq 0,25$, large $\geq 0,36$</i>
<i>Sympson's paradox ratio (SPR) = 1,000, acceptable if $\geq 0,7$, ideally = 1</i>
<i>R-squared contribution ratio (RSCR) = 1,000, acceptable if $\geq 0,9$, ideally = 1</i>
<i>Statistical suppression ratio (SSR) = 1,000, acceptable if $\geq 0,7$</i>
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) = 1,000, acceptable if $\geq 0,7$</i>

c. Uji Hipotesis

Hipotesis	Korelasi Jalur	Path Coefficient	P-value	Keterangan
H1	Tata Letak fasilitas → Kenyamanan	0,10	0,14	H1 ditolak
H2	Pelayanan → Kenyamanan	0,57	<,01	H2 diterima



6. Dokumentasi Tempat Penelitian

a. Denah Wisata Keboen Kopi Karanganjur

