

Pengaruh Kinerja Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Agrowisata Mojosemi Forest Park Di Kabupaten Magetan

The Effect of Service Performance on Visitor Satisfaction and Loyalty in Mojosemi Forest Park Agrotourism, Magetan Regency

Damar Prakoso, Taufik Setyadi*, Ika Sari Tondang

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya,
Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi: taufiksetyadi.agri@upnjatim.ac.id

Received September 2025, Accepted April 2026, Published April 2026

ABSTRAK

Analisis mengenai hubungan kinerja layanan dengan kepuasan serta loyalitas pengunjung menjadi aspek penting dalam pengembangan destinasi agrowisata berkelanjutan. Mojosemi Forest Park di Kabupaten Magetan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki daya tarik wisata alam sekaligus menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pengunjung di tengah persaingan destinasi. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sementara kepuasan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas. Selain itu, kinerja layanan juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas, sehingga kepuasan terbukti berperan sebagai mediator parsial. Implikasi dari temuan ini menekankan bahwa peningkatan kualitas layanan pada dimensi SERVQUAL—*reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness*—tidak hanya meningkatkan pengalaman pengunjung, tetapi juga memperkuat loyalitas jangka panjang. Kontribusi akademik penelitian ini terletak pada pengayaan literatur mengenai peran kepuasan sebagai mediator dalam hubungan antara kinerja layanan dan loyalitas, khususnya pada konteks agrowisata Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian dapat dijadikan rujukan strategis bagi pengelola Mojosemi Forest Park dalam merancang inovasi pelayanan yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat daya saing di sektor pariwisata modern.

Kata kunci: Kinerja layanan; kepuasan; loyalitas; SEM-PLS

ABSTRACT

The relationship between service performance, visitor satisfaction, and loyalty has become a crucial element in strengthening sustainable agrotourism destinations. Mojosemi Forest Park, located in Magetan Regency, was selected as the research site due to its natural attractions and the challenges it faces in retaining visitor satisfaction and loyalty amid growing competition. A quantitative approach was employed with data collected from 100 respondents using questionnaires, and the analysis was conducted through Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that service performance positively and significantly affects satisfaction, while satisfaction strongly influences loyalty. Service performance also exerts a direct effect on loyalty, with satisfaction confirmed as a partial mediator in the relationship. These findings highlight that improvements in the SERVQUAL dimensions—reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness—not only enhance the visitor experience but also strengthen long-term loyalty. The academic contribution of this study lies in expanding the literature on satisfaction's mediating role in linking service performance and loyalty within the context of Indonesian agrotourism. From a practical perspective, the results provide valuable insights for managers of Mojosemi Forest Park to design service strategies that ensure sustainable improvements, enhance visitor engagement, and reinforce destination competitiveness in the modern tourism industry.

Keywords: Service performance; satisfaction; loyalty; SEM-PLS

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena tidak hanya berkontribusi terhadap devisa negara, tetapi juga membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pelestarian budaya serta lingkungan (Wibowo *et al.*, 2017). Dalam beberapa tahun terakhir, arah perkembangan pariwisata nasional menunjukkan perubahan signifikan yang dipengaruhi oleh isu lingkungan, kesehatan, dan perubahan gaya hidup wisatawan. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2025) menunjukkan bahwa tren pariwisata di Indonesia kini didominasi oleh *eco-tourism* (wisata ramah lingkungan) dan *health & wellness tourism* (wisata kesehatan dan kebugaran), masing-masing dengan pertumbuhan lebih dari 40%. Kedua tren ini mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan sekaligus kebutuhan akan pemulihan fisik dan mental pasca pandemi. Agrowisata sebagai bagian dari *eco-tourism* menjadi semakin relevan karena mampu menggabungkan fungsi rekreasi, edukasi, dan konservasi, serta menawarkan pengalaman yang lebih bermakna dibandingkan wisata massal konvensional (Rai & Subrata, 2022).

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu pusat pertumbuhan pariwisata domestik di Indonesia dengan jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai lebih dari 218 juta pada tahun 2024, atau sekitar 20% dari total nasional (Badan Pusat Statistik, 2024). Angka tersebut menegaskan tingginya daya tarik provinsi ini sebagai destinasi wisata utama. Salah satu daerah penyangga yang berkontribusi dalam geliat pariwisata Jawa Timur adalah Kabupaten Magetan, yang dikenal dengan kekayaan alam pegunungan dan potensi agrowisata. Di antara destinasi unggulannya, Mojosemi Forest Park yang menonjol karena menawarkan konsep agrowisata dan ekowisata dengan beragam aktivitas rekreasi sekaligus edukasi konservasi. Namun, meskipun jumlah kunjungan wisatawan ke Magetan terus meningkat, data pasca pandemi menunjukkan adanya fluktuasi kunjungan yang menandakan perlunya strategi pengelolaan destinasi yang lebih berorientasi pada kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Sebagai salah satu destinasi unggulan di Magetan, Mojosemi Forest Park menghadapi tantangan persaingan dengan berbagai agrowisata lain di Jawa Timur yang terus berinovasi dalam layanan dan fasilitas. Persaingan ini menuntut pengelola tidak hanya menarik wisatawan baru, tetapi juga mempertahankan pengunjung lama agar loyal melalui pengalaman yang memuaskan. Dalam industri pariwisata modern, kepuasan pengunjung telah terbukti menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan loyalitas jangka panjang, sehingga peningkatan kinerja layanan menjadi strategi kunci untuk menjaga daya saing destinasi.

Secara ideal, kualitas layanan pada destinasi wisata diharapkan mampu memenuhi harapan

pengunjung sehingga menumbuhkan kepuasan dan mendorong loyalitas. Akan tetapi, dalam kenyataannya, banyak pengelola agrowisata masih berfokus pada peningkatan fasilitas fisik, sementara aspek kualitas layanan seperti *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) belum dikelola secara optimal (Harsono *et al.*, 2025). Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara layanan yang diidealkan dan yang dirasakan wisatawan, sehingga menghambat terciptanya pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan keterbatasan dalam mengaitkan kualitas layanan dengan loyalitas secara utuh. Misalnya, Nurani *et al.* (2021) dan Nabila *et al.* (2022) lebih menitikberatkan pada analisis kepuasan pengunjung tanpa menelusuri implikasinya terhadap loyalitas, sementara Mulyo *et al.* (2021) menyoroti kualitas layanan namun belum menguji peran kepuasan sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana kinerja layanan memengaruhi kepuasan sekaligus loyalitas secara simultan, serta bagaimana kepuasan dapat berfungsi sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Nilai kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang mampu menguji hubungan kausal antar variabel secara lebih komprehensif. Dengan SEM-PLS, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung kinerja layanan terhadap kepuasan dan loyalitas, tetapi juga menguji pengaruh tidak langsung melalui peran mediasi kepuasan. Pendekatan ini menghasilkan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana kinerja layanan berkontribusi pada pembentukan loyalitas pengunjung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan penting terkait pengaruh kinerja layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung di Mojosemi Forest Park, serta mengeksplorasi peran kepuasan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kinerja layanan dan loyalitas pengunjung agrowisata.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Juni hingga Juli 2025. Lokasi penelitian di Mojosemi Forest Park yang beralamatkan di Jl. Raya Sarangan Jl. Cemoro Sewu No.Km. 5, Kali Jumok, Sarangan, Kec. Plaosan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur 63361. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*) dengan pertimbangan bahwa Mojosemi Forest Park merupakan salah satu destinasi agrowisata unggulan di Kabupaten Magetan yang mengusung konsep wisata alam terpadu berbasis edukasi, konservasi, dan rekreasi. Mojosemi Forest Park memiliki daya tarik tinggi dengan jumlah kunjungan yang cukup besar, serta menawarkan

beragam aktivitas wisata yang mendukung interaksi langsung antara pengunjung dan lingkungan alam.

Populasi dan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun.
2. Pernah mengunjungi Mojosemi Forest Park minimal 1 kali dalam 12 bulan terakhir.
3. Menggunakan beberapa fasilitas dan layanan selama kunjungan.
4. Bersedia mengisi Kuesioner secara jujur dan lengkap.
5. Bukan karyawan atau pengelola Mojosemi Forest Park.

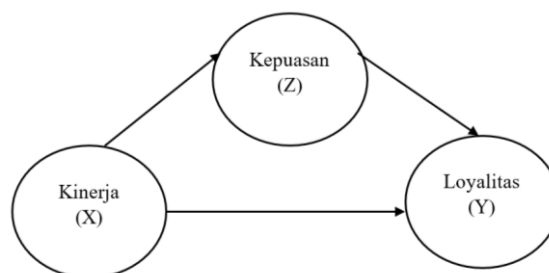
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari *Lemeshow* (1977), karena jumlah populasi pengunjung yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Berdasarkan perhitungan rumus *Lemeshow*, maka jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jumlah ini juga memenuhi syarat minimal penggunaan metode PLS-SEM yang umumnya merekomendasikan ukuran sampel ≥ 100 untuk model penelitian yang sederhana hingga menengah.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan diperoleh dari wawancara dengan staf Mojosemi Forest Park dan pengisian kuesioner dengan pihak pengunjung – pengunjung Mojosemi Forest Park yang kuesionernya memuat data terkait kepuasan pengunjung menyeluruh terhadap Agrowisata Mojosemi Forest Park. Sedangkan, untuk data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal penelitian, buku, data perusahaan, dan lain sebagainya.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Model - Partial Least Square* (SEM-PLS). Secara umum, SEM-PLS terdiri dari dua model utama, yaitu *Outer model* (model pengukuran) dan *Inner model* (model struktural). *Outer model* terdiri dari Uji Validitas Konvergen, *Uji validitas diskriminan*, dan Uji Reliabilitas (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*). Sedangkan untuk *inner model* terdiri dari Uji *R-Square* (R^2), Uji *Variance Inflation Factor* (VIF), Uji *Predictive relevance Q-Square* (Q^2), Uji *Path Coefficients*, Uji Hipotesis dengan uji t, dan Uji Mediasi. *inner model* pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Inner Model* Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengunjung Mojosemi Forest Park. Karakteristik responden berdasarkan pengunjung menunjukkan hasil beragam dalam pengisian kuesioner, berikut beberapa karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 1, berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2, berdasarkan asal kota dapat dilihat pada Tabel 3, berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4, berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 5, berdasarkan frekuensi kunjungan dapat dilihat pada Tabel 6, berdasarkan tujuan wisata dapat dilihat pada Tabel 7 dan berdasarkan sumber informasi dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Persentase (%)
17-20 tahun	5	5
21-25 tahun	6	6
26-30 tahun	9	9
31-40 tahun	16	16
40-50 tahun	11	11
>50 tahun	3	3
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	54	54
Perempuan	46	46
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan usia, responden terbanyak berada pada kelompok 31–40 tahun yaitu 16% dan 40–50 tahun sebanyak 11%, sedangkan kelompok usia muda 17–25 tahun hanya sekitar 11% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berada pada usia produktif, yang umumnya memiliki daya beli lebih tinggi serta cenderung mencari pengalaman wisata yang berkualitas.

Dari sisi jenis kelamin, responden laki-laki sedikit lebih dominan yaitu 54%, sementara perempuan sebesar 46%, data tersebut dapat dilihat pada Tabel 2. Keseimbangan ini mengindikasikan

bahwa Mojosemi Forest Park diminati oleh kedua gender secara relatif merata, sehingga strategi pemasaran dapat diarahkan untuk menjangkau segmen keluarga maupun individu.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Asal Kota

Kota	Jumlah	Persentase (%)
Karanganyar	21	21
Magetan	13	13
Solo	15	15
Madiun	11	11
Jogja	14	14
Lainya	26	26
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir

Pendidikan	Responden	Persentase (%)
SD	3	3
SMP	3	3
SMA	40	40
Diploma/Sederajat	54	54
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 3 menjelaskan terkait asal kota pengunjung diperoleh persentase terbanyak berasal dari Karanganyar (21%), diikuti Solo (15%), Jogja (14%), Magetan (13%), dan Madiun (11%). Sisanya 26% berasal dari daerah lain seperti Nganjuk, Klaten, Semarang, dan Surabaya. Data ini menegaskan bahwa Mojosemi Forest Park tidak hanya menjadi destinasi lokal, tetapi juga memiliki daya tarik lintas daerah di Jawa Tengah dan Jawa Timur, khususnya karena lokasinya yang strategis di jalur wisata Tawangmangu–Sarangan.

Karakteristik berdasarkan pendidikan formal terakhir, mayoritas responden merupakan lulusan Diploma atau sederajat (54%) dan SMA (40%), sedangkan lulusan SD dan SMP masing-masing hanya 3% yang dapat dilihat pada Tabel 4. Tingginya latar pendidikan ini mencerminkan bahwa pengunjung relatif mampu memahami nilai edukatif dari agrowisata, sehingga potensi Mojosemi sebagai destinasi wisata edukasi sangat terbuka.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	7	7
PNS/Swasta	27	27
Guru/Dosen	10	10
Lainya	54	54
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Dari aspek pekerjaan, responden memiliki latar belakang beragam yaitu PNS/swasta (27%), guru/dosen (10%), pelajar/mahasiswa (7%), dan pekerjaan lain (54%). Dominasi kelompok pekerjaan lain menunjukkan adanya keterlibatan dari wirausaha,

tenaga profesional, maupun masyarakat umum, yang memperkuat gambaran bahwa Mojosemi diminati oleh berbagai lapisan sosial.

Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Kunjungan

Kunjungan	Responden	Persentase (%)
1 kali	73	73
2 kali	17	17
3 kali	6	6
4 kali	4	4
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Tujuan Berwisata

Kunjungan	Responden	Persentase (%)
Rekreasi Keluarga	61	61
Tugas/Pekerjaan	7	7
Menikmati Alam	22	22
Lainya	10	10
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi

Kunjungan	Responden	Persentase (%)
Media Sosial	87	87
Papan Reklame	2	2
Teman/Saudara	11	11
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Ditinjau dari intensitas kunjungan, sebanyak 73% responden baru pertama kali berkunjung, 17% sudah dua kali, dan hanya sebagian kecil (10%) yang berkunjung tiga kali atau lebih. Kondisi ini menunjukkan bahwa Mojosemi masih lebih banyak menarik wisatawan baru dibanding wisatawan yang kembali (*repeat visitor*), sehingga tantangan pengelola adalah menciptakan pengalaman yang mampu mendorong loyalitas.

Berdasarkan tujuan berwisata, mayoritas responden datang untuk rekreasi keluarga (61%), disusul menikmati alam (22%), tujuan lain (10%), dan tugas/pekerjaan (7%). Data ini mempertegas *positioning* Mojosemi sebagai destinasi keluarga sekaligus wisata alam.

Adapun sumber informasi utama yang membawa pengunjung adalah media sosial (87%), diikuti rekomendasi teman/saudara (11%), dan papan reklame (2%). Temuan ini menegaskan bahwa media sosial merupakan kanal promosi paling efektif bagi Mojosemi Forest Park.

Analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk menguji indikator-indikator dalam satu konstruk mampu menjelaskan variabel laten yang diukur. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* $\geq 0,70$ dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) \geq

0,50 (Hair *et al.*, 2021). Loading Faktor Validitas konvergen disajikan pada Tabel 9 dan Hasil average variance extracted disajikan pada Tabel 10.

konstruk lainnya (Hair *et al.*, 2021). Hasil uji validitas cross loading pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 9. Loading Factor Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading factor
Kinerja (X)	Assurance (X2.1)	0.846
Loyalitas (Y)	Emotional Engagement (Y2.2)	0.891
Kepuasan (Z)	Kompetensi dan Keramahan Petugas (Z4)	0.837

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel 10. Hasil Average Variance Extracted

	Kinerja	Loyalitas	Kepuasan	AVE
X1.1	0.791			
X1.2	0.797			
X2.1	0.846			
X2.2	0.824			
X3.1	0.817			0.637
X3.2	0.801			
X4.1	0.823			
X4.2	0.790			
X5.1	0.750			
X5.2	0.733			
Y1.1		0.807		
Y1.2		0.827		
Y2.1		0.833		0.716
Y2.2		0.891		
Y3.1		0.871		
Z1			0.762	
Z2			0.775	
Z3			0.834	0.640
Z4			0.837	
Z5			0.790	

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 9, hasil pengujian *loading factor* menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam konstruk Kinerja (X), Loyalitas (Y), dan Kepuasan (Z) memiliki nilai di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa semua indikator dapat dipertahankan dalam model penelitian karena valid secara konvergen.

Berdasarkan Tabel 10, seluruh konstruk memiliki nilai AVE > 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel laten dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Uji ini dapat dilakukan melalui kriteria *Cross Loading* dinyatakan terpenuhi apabila nilai *loading factor* pada konstruk asal lebih tinggi dibandingkan nilai *cross loading* dengan

Tabel 11. Validitas Cross Loading

	Kinerja (X)	Loyalitas (Y)	Kepuasan (Z)
X1.1	0.791	0.569	0.711
X1.2	0.797	0.388	0.646
X2.1	0.846	0.623	0.654
X2.2	0.824	0.313	0.702
X3.1	0.817	0.725	0.713
X3.2	0.801	0.514	0.648
X4.1	0.823	0.670	0.686
X4.2	0.790	0.418	0.618
X5.1	0.750	0.617	0.657
X5.2	0.733	0.395	0.579
Y1.1	0.658	0.807	0.698
Y1.2	0.576	0.827	0.608
Y2.1	0.562	0.833	0.625
Y2.2	0.556	0.891	0.619
Y3.1	0.580	0.871	0.599
Z1	0.676	0.478	0.762
Z2	0.690	0.449	0.775
Z3	0.667	0.731	0.834
Z4	0.651	0.763	0.837
Z5	0.634	0.560	0.790

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas *cross loading* pada Tabel 11, seluruh indikator menunjukkan nilai *loading* yang lebih tinggi terhadap konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini berarti setiap indikator lebih mampu merepresentasikan variabel yang seharusnya diukur dan tidak tercampur dengan konstruk lain. Misalnya, indikator X2.1 memiliki nilai *loading* sebesar 0.846 pada konstruk Kinerja (X), lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan Kepuasan (0.654) maupun Loyalitas (0.623). Begitu pula indikator Y2.2 memiliki *loading* sebesar 0.891 pada konstruk Loyalitas (Y), yang nilainya jauh lebih besar dibandingkan dengan Kinerja (0.556) dan Kepuasan (0.619). Selain itu, indikator Z3 menunjukkan nilai *loading* sebesar 0.834 pada konstruk Kepuasan (Z), lebih tinggi dibandingkan dengan Kinerja (0.667) dan Loyalitas (0.731).

Konsistensi nilai ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu menjelaskan konstruk asalnya dengan baik. Dengan demikian, konstruk Kinerja, Loyalitas, dan Kepuasan dalam penelitian ini dapat dibedakan secara jelas, sehingga tidak terjadi tumpang tindih antar variabel.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas konstruk bertujuan untuk memastikan konsistensi internal dari indikator-indikator dalam mengukur konstruk laten. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR). Menurut Hair *et al.* (2021), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $\geq 0,70$.

Tabel 12 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kinerja (X)	0.946	0.937
Loyalitas (Y)	0.926	0.900
Kepuasan (Z)	0.899	0.860

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 12, seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik sehingga dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam pengujian model struktural.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji *R-Square* (R^2)

Uji *R-Square* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Menurut Hair *et al.* (2021), nilai R^2 dapat dikategorikan menjadi tiga tingkat: 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).

Berdasarkan Tabel 13 di bawah menunjukkan bahwa Loyalitas (Y) memiliki nilai R^2 sebesar 0.600 atau 60% variabilitas loyalitas dijelaskan dengan konstruk-konstruk yang cukup baik dan moderat. Kepuasan (Z) memiliki nilai R^2 sebesar 0.691 yang berarti 69.1% variabilitas konstruk kepuasan dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen, merupakan cukup baik dan moderat. Kesimpulannya, dalam analisa *R Square* (R^2), adalah model yang di gunakan memiliki kualitas prediktif yang baik untuk kepuasan, model ini menjelaskan lebih dari separuh varians (cukup kuat). Untuk Loyalitas, model cukup baik dan hampir menjelaskan variansnya. Dengan demikian nilai R^2 sebesar 0.600 dan 0.691, maka model moderat dan cukup baik secara prediktif, dan dapat dilanjutkan ke pengujian signifikansi hubungan (*bootstrapping/t-statistik*).

Tabel 13. Hasil Perhitungan Nilai *R-Square* (R^2)

Variabel	<i>R-Square</i> (R^2)
Loyalitas (Y)	0.600
Kepuasan (Z)	0.691

Sumber : Data primer diolah, 2025

b. Uji *Variance Inflation Factor* (VIF)

Pengujian menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dilakukan untuk mengevaluasi adanya indikasi kolinearitas atau bias antar variabel. Suatu indikator dinyatakan bebas dari masalah kolinearitas apabila memiliki nilai VIF < 3,3. Sebaliknya, jika nilai VIF > 3,3 maka dapat diinterpretasikan bahwa indikator tersebut mengalami kolinearitas atau bias.

Berdasarkan Tabel 14, hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada *inner model* menunjukkan

nilai variabel kinerja (X) terhadap kepuasan (Z) sebesar 1.000, variabel kinerja (X) terhadap loyalitas (Y) sebesar 3.234, dan variabel kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) sebesar 3.234. Berdasarkan kriteria, seluruh jalur berada dalam batas aman: VIF = 1.000 pada variabel kinerja (X) terhadap kepuasan (Z) menunjukkan tidak ada inflasi varians (Z hanya diprediksi oleh X), sedangkan VIF = 3.234 pada variabel kinerja (X) terhadap loyalitas (Y) dan variabel kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) masih berada sedikit di bawah ambang 3.3 sehingga tidak mengindikasikan multikolinieritas yang mengganggu, dari hasil tersebut telah memperkuat keandalan hasil penelitian dan interpretasi variabel yang digunakan

Tabel 14. Hasil Perhitungan VIF

	VIF
Kinerja (X) → Loyalitas (Y)	3.234
Kinerja (X) → Kepuasan (Z)	1.000
Kepuasan (Z) → Loyalitas (Y)	3.234

Sumber : Data primer diolah, 2025

c. Uji *Predictive relevance Q-Square* (Q^2)

Q-Square (Q^2) merupakan ukuran yang digunakan untuk menguji kemampuan prediktif model terhadap data yang tidak terlibat dalam proses estimasi (*out-of-sample prediction*). Semakin tinggi nilai Q^2 , semakin besar kemampuan prediktif model.

Tabel 15. Hasil Perhitungan Nilai *Q Square* (Q^2)

<i>Q-Square</i> (Q^2)
$Q^2 = 1 - ((1 - R1^2)(1 - R2^2))$
$Q^2 = 1 - ((1 - 0.600)(1 - 0.691))$
$Q^2 = 1 - 0.1236$
$Q^2 = 0.8764$

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 15, Nilai Q^2 sebesar 0,8764 menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat tinggi terhadap konstruk endogen, yaitu Loyalitas dan Kepuasan. Angka tersebut berada jauh di atas batas minimal yang menunjukkan adanya *predictive relevance*, sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antar variabel dengan sangat baik.

d. Uji *Path Coefficients*

Uji *path coefficients* memiliki tujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara konstruk melalui koefisien jalur berdasarkan nilai signifikansi, hubungan antara konstruk pada analisa jalur memiliki nilai antara -1 hingga +1 yang disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Perhitungan Uji *Path Coefficients*

	O	M	STDEV	O/STDEV	<i>P-value</i>
X→Y	0.255	0.254	0.100	2.547	0.011
X→Z	0.831	0.834	0.030	27.934	0.000
Z→Y	0.549	0.552	0.101	5.438	0.000

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 16 mengenai hasil uji *path coefficients*, terlihat bahwa seluruh nilai *original sample* (O) menunjukkan arah hubungan yang positif antara variabel penelitian. Hal ini berarti terdapat pengaruh langsung antara satu variabel terhadap variabel lainnya. Secara khusus, hubungan Kinerja (X) terhadap Loyalitas (Y) memiliki koefisien sebesar 0,255 dengan nilai *t-statistics* ($|O/STDEV|$) sebesar 2,547 dan *p-value* 0,011 ($<0,05$), yang menunjukkan pengaruh signifikan. Selanjutnya, hubungan Kinerja (X) terhadap Kepuasan (Z) menunjukkan koefisien terbesar yaitu 0,831 dengan nilai *t-statistics* ($|O/STDEV|$) sebesar 27,934 dan *p-value* 0,000, menandakan bahwa kinerja memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan. Sementara itu, Kepuasan (Z) juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) dengan koefisien 0,549, *t-statistics* ($|O/STDEV|$) sebesar 5,438, dan *p-value* 0,000.

Secara keseluruhan, hasil ini membuktikan bahwa setiap konstruk memiliki hubungan yang konsisten dan signifikan dalam menjelaskan keterkaitan antar variabel. Dengan kata lain, semakin baik kinerja yang dirasakan oleh pengunjung, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka, yang pada akhirnya mendorong loyalitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa kepuasan merupakan faktor mediasi penting dalam membangun loyalitas pelanggan pada sektor jasa (Rofiqoh, Faqihuddin, & Mahuda, 2023). Oleh karena itu, model struktural yang digunakan dapat dinyatakan layak karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara akurat dan relevan dalam konteks pengembangan agribisnis pariwisata.

e. Uji Hipotesis dengan Uji T

Pembahasan hasil uji hipotesis disajikan untuk menginterpretasikan hubungan antar variabel berdasarkan temuan empiris dan penelitian terdahulu.

Tabel 17. Hasil Perhitungan Uji T

Korelasi Jalur Hipotesis	<i>Path Coefficients</i>	T hitung	P-Values
Kinerja (X) → Loyalitas (Y)	0.255	2.547	0.011
Kinerja (X) → Kepuasan (Z)	0.831	27.934	0.000
Kepuasan (Z) → Loyalitas (Y)	0.549	5.438	0.000

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 17, pengujian hipotesis untuk setiap masing-masing hubungan variabel ditunjukkan seperti berikut:

a. Pengaruh kinerja (X) terhadap loyalitas (Y). Hasil analisis menunjukkan nilai *t hitung* = 2.547 > *t tabel* = 1.966 pada $\alpha = 0.05$, serta *p-value* = 0.011 < 0.05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa peningkatan kinerja layanan dapat memperkuat

loyalitas pelanggan dalam sektor pariwisata maupun agribisnis (Rofiqoh, Faqihuddin, & Mahuda, 2023).

b. Pengaruh kinerja (X) terhadap kepuasan (Z). Hasil analisis menunjukkan nilai *t hitung* = 27.934 > *t tabel* = 1.966 dan *p-value* = 0,000 < 0.05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kinerja berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memperkuat teori kualitas layanan (SERVQUAL) yang menekankan bahwa kinerja pada dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Ghozali & Latan, 2021).

c. Pengaruh kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y). Hasil analisis menunjukkan nilai *t hitung* = 5.438 > *t tabel* = 1.966 dan *p-value* = 0.000 < 0.05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini konsisten dengan model kepuasan–loyalitas yang dikemukakan Oliver (1999), serta penelitian empiris terbaru di Indonesia yang menemukan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Suharjo & Yulianto, 2022). Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk tetap loyal terhadap Mojosemi Forest Park.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa kinerja layanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengunjung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mulyo et al. (2021) dan Nurani et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan pada destinasi agrowisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung. Dalam konteks Mojosemi Forest Park, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja layanan mampu memperkuat pengalaman wisata pengunjung.

f. Uji Mediasi

Uji mediasi adalah menguji sejauh mana dampak secara langsung antara variabel dependen dengan variabel mediasi, apabila kondisi secara langsung signifikan, lalu dilakukan pengujian efek secara tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen lewat variabel mediasi dengan cara menghitung nilai *Variance Accounted For* (VAF) (Sembiring, M., Jufrizen., J., dan Tanjung., H. 2021). Pembahasan uji mediasi dilakukan untuk menjelaskan peran kepuasan sebagai variabel intervening dalam hubungan kinerja dan loyalitas.

Berdasarkan tabel 18, diketahui bahwa pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) kinerja (X) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan (Z) memiliki nilai koefisien sebesar 0.456 dengan *p-value* 0.000 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh mediasi signifikan dan hubungan antarvariabel dalam model dapat dijelaskan dengan baik. Untuk memperkuat

hasil tersebut, dilakukan uji *Variance Accounted For* (VAF) yang hasilnya disajikan pada Tabel 19.

Tabel 18. Hasil Perhitungan Uji Mediasi

Korelasi Jalur	Path	P-	Keterangan
Hipotesis	Coefficients	values	
Kinerja → Kepuasan → Loyalitas	0.456	0.000	significant

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel 19 Hasil perhitungan VAF

Pengaruh tidak langsung	Total Effect	VAF	Keterangan
Kinerja (X) → Kepuasan (Z) → Loyalitas (Y)	0.456		
Pengaruh langsung			
Kepuasan (Z) → Loyalitas (Y)	0.549		
Kinerja (X) → Kepuasan (Z)	0.831		
Kinerja (X) → Loyalitas (Y)	0.255		
Pengaruh total	0.712		
Kinerja (X) → Loyalitas (Y)			
VAF = pengaruh tidak langsung / pengaruh total	VAF = 0.456 / 0.712	VAF = 0.640	VAF = 64%

Sumber : Data primer diolah, 2025

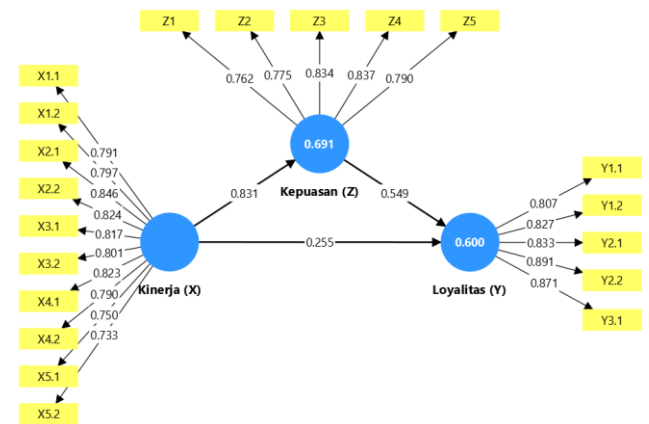
Perhitungan VAF menunjukkan nilai sebesar 0.640 atau 64%. Berdasarkan kriteria interpretasi VAF, jika nilai VAF < 20% maka tidak ada mediasi, 20% ≤ VAF ≤ 80% berarti terdapat *partial mediation*, dan >80% berarti *full mediation* (Hair et al., 2021; Ghozali & Latan, 2021). Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara kinerja dan loyalitas. Implikasi dari hasil ini adalah bahwa peningkatan kinerja layanan tidak hanya berdampak langsung terhadap loyalitas pengunjung, tetapi juga secara signifikan meningkatkan kepuasan yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka. Artinya, kepuasan pengunjung menjadi jembatan penting yang menghubungkan kinerja dengan loyalitas. Bagi pengelola destinasi wisata seperti Mojosemi Forest Park, hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kinerja harus selalu dibarengi dengan strategi menjaga kepuasan agar dapat mendorong loyalitas secara berkelanjutan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan berfungsi sebagai jembatan antara kinerja layanan dan loyalitas pengunjung. Temuan ini konsisten dengan Hair et al. (2021) dan Ghozali & Latan (2021) yang menyatakan bahwa nilai VAF antara 20–80% menunjukkan adanya mediasi parsial. Dengan demikian, peningkatan kinerja layanan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap loyalitas, tetapi juga

melalui peningkatan kepuasan pengunjung Mojosemi Forest Park.

g. Diagram Jalur

Diagram jalur (*path diagram*) merupakan gambaran visual dari model struktural dalam analisis kuantitatif menggunakan *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS)*, diagram tersebut merepresentasikan hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikatornya, serta keterkaitan antar konstruk laten dalam model. Berikut merupakan model struktural pada pengujian pengaruh kinerja layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Jalur
 Sumber : Data primer diolah, 2025

Hubungan antar konstruk (Model Struktural/*Inner Model*):

- Pengaruh kinerja (X) terhadap kepuasan (Z) Kinerja layanan berpengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan dengan koefisien jalur sebesar 0,831. Artinya, setiap peningkatan kinerja layanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 83,1%. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Cahyani et al. (2024) dalam industri jasa pasca pandemi, di mana seluruh dimensi SERVQUAL terbukti berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan literatur terbaru yang menegaskan pentingnya kinerja layanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
- Pengaruh kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) Kepuasan berpengaruh positif dan moderat terhadap loyalitas dengan koefisien jalur sebesar 0,549. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pengunjung, maka loyalitas mereka terhadap layanan juga meningkat sebesar 54,9%. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Supriyanto (2021) yang menegaskan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci dalam membentuk loyalitas pelanggan.
- Pengaruh kinerja (X) terhadap loyalitas (Y) Kinerja juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas dengan koefisien jalur sebesar 0,255. Meskipun nilainya lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak

langsung melalui kepuasan, hasil ini tetap menunjukkan bahwa kinerja memiliki kontribusi positif terhadap loyalitas pengunjung sebesar 25,5%. Kualitas kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sesuai dengan penelitian Budiarno *et al.* (2022) kinerja baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kepuasan, sehingga peningkatan kinerja layanan tidak hanya berdampak pada kepuasan, tetapi juga memperkuat loyalitas pengunjung Mojosemi Forest Park secara langsung.

Diagram jalur menunjukkan hubungan kausal antar variabel dalam model penelitian, yang menunjukkan bahwa kinerja layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas, serta tidak langsung melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Diagram ini memperjelas hasil pengujian struktural yang telah dilakukan sebelumnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, dapat disimpulkan bahwa kinerja layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pengunjung Mojosemi Forest Park. Kepuasan pengunjung juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara kinerja layanan dan loyalitas. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan, khususnya pada dimensi SERVQUAL, merupakan faktor kunci dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pengunjung. Oleh karena itu, pengelola Mojosemi Forest Park disarankan untuk terus meningkatkan kinerja layanan sebagai strategi utama dalam mempertahankan loyalitas pengunjung dan memperkuat daya saing destinasi agrowisata secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. 2022. Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.
- Cahyani, E., Nurrohmah, T., Deka, C. F., & Saleh, M. Z. 2024. The Role of Service Quality in Building Customer Satisfaction: A Literature Review. *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 192-205.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2021. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kemendikraf. 2025. *Proyeksi Kebutuhan Tenaga Kerja di Perusahaan Berdasarkan Kompetensi pada Sektor Pariwisata pada Tahun 2022–2025*.
- Mulyo, J. H., Rohmah, F., Perwitasari, H., dan Nasir, M. A. 2021. The Service Quality of Kampoeng Kopi Banaran Agrotourism, Central Java Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 662(1), 12003.
- Nabila, I., Yudhari, I., dan Dewi, I. A. L. 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 11(1), 200.
- Nurani, R., Roessali, W., dan Ekowati, T. 2021. Analisis Kepuasan Pengunjung Agrowisata Jollong Pati Ditinjau Dari Dimensi Servqual. *Jurnal Agrisociomics Fakultas Peternakan Dan Pertanian Universitas Diponegoro*, 5(2), 1–11.
- Oliver, R. L. 1999. Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_sup1), 33–44.
- Rai, I. G. A., dan Subrata, I. M. 2022. Peran Pembelajaran Spermatophyta Dalam Pelestarian Keanekaragaman Hayati Tumbuhan. *SEMBIO: Prosiding Seminar Nasional Biologi Dan Pendidikan Biologi*, 1(1), 1–12.
- Rofiqoh, R., Faqihuddin, F., & Mahuda, I. 2023. Struktural Equation Model (SEM) menganalisis jalur path kompetensi dan kompensasi terhadap produktivitas karyawan di CV. Semarang Indah. *Jurnal Lebesgue: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika*, 4(3), 1400–1413.
- Sembiring, M., Jufrizen, J., & Tanjung, H. 2021. Efek Mediasi Kepuasan Kerja pada Pengaruh Motivasi Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 131-144.
- Suharjo, B., & Yulianto, E. 2022. Kepuasan dan loyalitas pelanggan pada destinasi wisata berbasis layanan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 18(1), 55–68.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin. 2021. Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*.
- Wibowo, S., Rusmana, O., dan Zuhelfa, Z. 2017. Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 93–99.