



ANALISIS SIKAP DAN FAKTOR KUALITAS WEBSITE YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI AGROWISATA SABILA FARM

WINDA AZIZAH



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Analisis Sikap dan Faktor Kualitas *Website* yang Mempengaruhi Minat Beli Agrowisata Sabila Farm” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Winda Azizah
J0310201025

ABSTRAK

WINDA AZIZAH. Analisis Sikap dan Faktor Kualitas *Website* yang Mempengaruhi Minat Beli Agrowisata Sabila Farm. Dibimbing oleh SANITIANING ANGGRAINI.

Peluang peningkatan jumlah wisatawan domestik objek wisata alam di Yogyakarta pasca berakhirnya pandemi *Covid-19* dan perkembangan teknologi informasi dapat mengatasi kelemahan perusahaan dalam promosi *online* agrowisata Sabila Farm. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis sikap dan faktor kualitas *website* yang mempengaruhi minat beli paket grup agrowisata Sabila Farm, menganalisis perbandingan aspek finansial sebelum dan sesudah promosi melalui *website*, serta merancang dan mengimplementasikan pembuatan *website*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, model *fishbein*, analisis linear berganda, *forecasting* dan analisis R/C ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap pengguna terhadap atribut kualitas *website* Sabila Farm adalah sangat positif dan positif. Faktor yang mempengaruhi minat beli paket grup agrowisata Sabila Farm adalah *usability* (X1) dan *service interaction quality* (X3). Implementasi *website* terdiri dari proses pembuatan prototipe, coding, *recheck*, hingga publikasi. R/C ratio yang dihasilkan setelah promosi melalui *website* meningkat dari 1,09 menjadi 1,44.

Kata kunci: kualitas *website*, minat beli, paket grup agrowisata

ABSTRACT

WINDA AZIZAH. Analysis of Attitudes and Website Quality Factors Affecting Purchase Interest in Sabila Farm Agrotourism. Supervised by SANITIANING ANGGRAINI.

The opportunity to increase the number of domestic tourists to natural attractions in Yogyakarta after the end of the Covid-19 pandemic and the development of information technology can overcome the company's weaknesses in online marketing of Sabila Farm agritourism. The purpose of this research is to analyze the attitudes and website quality factors that influence the purchase interest of Sabila Farm agritourism group packages, analyze the comparison of financial aspects before and after promotion through the website, and design and implement website development. The data analysis methods used in this research are descriptive analysis, fishbein model, multiple linear analysis, forecasting and R/C ratio analysis. The results showed that user attitudes towards the quality attributes of the Sabila Farm website were very positive and positive. Factors that influence interest in buying Sabila Farm agritourism group packages are *usability* (X1) and *service interaction quality* (X3). Website implementation consists of a process of prototyping, coding, rechecking, to publication. The resulting R/C ratio after promotion through the website increased from 1,09 to 1,44.

Keywords: agritourism group package, purchase interest, website quality



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Proyek Akhir : Analisis Sikap dan Faktor Kualitas *Website* yang
Mempengaruhi Minat Beli Agrowisata Sabila Farm
Nama : Winda Azizah
NIM : J0310201025

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Sanitarianing Anggraini, S.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.

NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.

NIP. 196607171992031003





Tanggal Ujian: 05 Juli 2024

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2023 sampai bulan Januari 2024 ini ialah promosi *online* dengan judul “Analisis Sikap dan Faktor Kualitas *Website* yang Mempengaruhi Minat Beli Agrowisata Sabila Farm”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Dr. Sanitarianing Anggraini, S.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen penguji Dr. Ir. Wien Kuntari, M.Si. yang telah banyak memberi masukan. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Dr. (H.C.) Ir. Gunung Soetopo, Ir. Elly Mulyati, Sabila Ayu S.E, Nanda Dwi, S.P beserta staf Sabila Farm yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Solichin dan Ibu Sarotun selaku orang tua penulis, kakak kandung penulis Kartika Winanda, kakak ipar penulis Reza Aditya, keponakan penulis Kirania Aditya Arabel, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada para sahabat Dita, Devita, Hasna, Ardea, Dewi, Cut Aliyah, Najla, Izza, Putri dan Daru atas dukungan yang diberikan selama proses penyusunan proyek akhir.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Winda Azizah

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Promosi	5
2.2 <i>Website</i>	5
2.3 Sikap	6
2.4 Minat Beli	7
2.5 Paket Grup Agrowisata	7
2.6 Kerangka Pemikiran	8
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu	11
3.2 Teknik Pengumpulan Data	11
3.3 Metode Analisis	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	19
4.2 Karakteristik Konsumen Pengguna <i>Website</i> Sabila Farm	24
4.3 Sikap Pengguna terhadap Kualitas <i>Website</i> Sabila Farm	25
4.4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	31
4.5 Analisis Finansial	37
4.6 Perancangan dan Implementasi Pembuatan <i>Website</i>	39
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	72



DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah pengunjung agrowisata Sabila Farm tahun 2021-2023	3
3.1	Nilai uji reliabilitas	13
3.2	Kategori nilai tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi kepentingan	15
3.3	Kategori nilai sikap atribut	15
3.4	Kategori nilai keseluruhan sikap	16
4.1	Kategori kegiatan paket grup agrowisata Sabila Farm tahun 2023	20
4.2	Karakteristik konsumen pengguna <i>website</i> Sabila Farm	24
4.3	Hasil penilaian kepercayaan (bi) kualitas <i>website</i> Sabila Farm	25
4.4	Hasil penilaian evaluasi kepentingan (ei) kualitas <i>website</i> Sabila Farm	27
4.5	Nilai sikap pengguna <i>website</i> Sabila Farm	30
4.6	Hasil uji multikolinearitas	32
4.7	Hasil koefisien determinasi	33
4.8	Hasil uji t	34
4.9	Hasil peramalan penerimaan	38
4.10	Hasil analisis R/C <i>ratio</i>	39

DAFTAR GAMBAR

1.1	Penetrasi internet Indonesia tahun 2022-2024	1
1.2	Jumlah wisatawan objek wisata alam Yogyakarta tahun 2021-2022	2
2.1	Model penelitian	9
2.2	Kerangka pemikiran penelitian	10
4.1	Struktur organisasi Sabila Farm tahun 2023	20
4.2	Pola saluran pemasaran langsung Sabila Farm	22
4.3	Pola saluran pemasaran tidak langsung Sabila Farm	23
4.4	Hasil uji normalitas	32
4.5	Hasil uji heteroskedastisitas	33
4.6	Media informasi yang sering digunakan Gen Z	36
4.7	Alur pembuatan <i>website</i>	40
4.8	Prototipe <i>website</i> Sabila Farm	40
4.9	Tampilan <i>header</i> dan navigasi <i>website</i> Sabila Farm	41
4.10	Menu rekreasi pada <i>website</i> Sabila Farm	42
4.11	Alur pemesanan paket grup agrowisata pada <i>website</i>	42
4.12	Katalog paket grup agrowisata pada <i>website</i> Sabila Farm	43
4.13	Tampilan paket grup agrowisata pada <i>website</i> Sabila Farm	43
4.14	Tampilan tamu kami pada <i>website</i> Sabila Farm	44
4.15	Tampilan <i>footer</i> pada <i>website</i> Sabila Farm	44
4.16	Data pengunjung <i>website</i> Sabila Farm	45

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	52
2	Hasil uji validitas	58
3	Target paket grup agrowisata Sabila Farm	60
4	Peramalan pengunjung dengan rata-rata bergerak tiga bulan	61
5	Penerimaan sebelum promosi paket grup agrowisata melalui <i>website</i>	61
6	Penerimaan sebelum promosi paket grup agrowisata melalui <i>website</i>	64
7	Biaya tetap perbulan sebelum dan setelah promosi melalui <i>website</i>	65
8	Biaya investasi sebelum promosi paket grup agrowisata melalui <i>website</i>	67
9	Biaya investasi setelah promosi paket grup agrowisata melalui <i>website</i>	68
10	Biaya variabel perpaket grup agrowisata	69
11	Biaya variabel perbulan sebelum promosi melalui <i>website</i>	70
12	Biaya variabel perbulan setelah promosi melalui <i>website</i>	71