

PENGARUH PENGALAMAN *MUSEUM EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM SRI BADUGA

Yuliana Pinaringsih Kristiutami¹⁾, Dita Puspita Dewi²⁾, Didin Syarifuddin³⁾

¹⁾Akademi Pariwisata (AKPAR) Bina Sarana Informatika Bandung

^{2),3)} STP Ars Internasional

e-mail: yuliana.pinaringsih@gmail.com, ditapuspita95@gmail.com, didinars@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman museum terhadap kepuasan pengunjung di Museum Sri Baduga. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-verifikasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menguji hipotesis menggunakan uji R^2 dan uji t. Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Dari hasil uji statistik, diketahui bahwa pengalaman museum memiliki hasil positif. dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien regresi = 0,806 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Museum, Pengalaman Museum, Kepuasan Pengunjung*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of museum experience on visitor satisfaction at the Sri Baduga Museum. This study uses descriptive-verification method. The sampling technique used is accidental sampling with a total sample of 100 respondents. Data analysis technique used is simple linear regression analysis by testing hypotheses using R^2 test and t test. This study also uses the classic assumption test that is normality test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test. From the results of statistical tests, it is known that museum experience has a positive and significant effect on visitor satisfaction with regression coefficient = 0.806 and the rest is influenced by other variables.

Keywords: *Museum, Museum experience, and visitor satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bidang yang senantiasa berkembang. Berbagai macam keunikan adat istiadat dan berbagai karakteristik penduduk tersebar dari ujung timur hingga barat menjadi potensi kekayaan budaya Indonesia. Potensi wisata di Indonesia sangatlah beragam mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata belanja, wisata edukasi dan wisata *heritage*.

Dari sekian banyak destinasi pariwisata yang ada di Indonesia Museum menjadi salah satu yang banyak dikunjungi oleh wisatawan karena koleksi benda-benda yang sangat menarik Museum merupakan salah satu gambaran sebuah peradaban budaya daerah mulai dari zaman purbakala hingga modern. Museum diharapkan mampu menjadi mediator yang tidak membedakan kebudayaan

antardaerah, tetapi tercipta peradaban yang multikultural yaitu menjadikan peradaban budaya menjadi satu warna yang meramaikan khasanah kebudayaan bangsa sebagai identitas bangsa (Khoirnafiya, n.d.,2012).

Salah satu kota dengan warisan budaya yang besar untuk menarik wisatawan adalah kota Bandung. Energi kreatif, telah membuat kota Bandung berbeda. Oleh kalangan wisatawan mancanegara, kota Bandung diakui memiliki keunikan strategis dengan potensi dan keragaman wisata budayanya (Syarifuddin, 2014). Kota Bandung juga memiliki beragam museum mulai dari museum budaya, sejarah, seni, militer dan teknologi. Berikut ini merupakan daftar museum yang terdapat di kota Bandung.

Tabel 1 : Daftar Museum Di Kota Bandung

No.	Museum	Alamat
1	Museum Pos Indonesia	Jl. Cilaki
2	Museum Geologi	Jl. Diponegoro No.57
3	Museum Mandala Wangsit	Jl. Lembong No.38
4	Museum Konperensi Asia Afrika	Jl. Asia Afrika No.65
5	Museum Barli	Jl. Prof. Sutami No.91
6	Museum Sri Baduga	Jl. B K R No.185

Sumber :Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat (2018)

Museum Sri Baduga merupakan salah satu yang cukup diminati oleh wisatawan dan menjadi salah satu alternatif wisata edukasi untuk semua kalangan masyarakat. Koleksi yang terdapat di Museum Sri Baduga berupa jenis koleksi Geologika (bentukan alam fosil dan bantuan), Biologika (rangka manusia, hewan dan tumbuhan), Etnografika (benda-benda terkait budaya dan identitas suatu etnis),

Arkeologika (benda-benda peninggalan prasejarah hingga masuknya pengaruh barat), Historika (benda-benda sejarah dari masuknya pengaruh barat hingga sekarang), Numismatika (mata uang atau alat tukar) dan Filologika (naskah kuno). Total koleksi yang ada di Museum Sri Baduga kurang lebih terdapat 5.367 buah koleksi. Data kunjungan pada lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 : Data Kunjungan Museum Sri Baduga Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Kunjungan
2013	71.256
2014	72.451
2015	77.351
2016	67.358
2017	82.653

Sumber : Museum Sri Baduga Bandung (2018)

Dapat dilihat dari tabel 2. terdapat kenaikan jumlah pengunjung pada tahun 2014 hingga tahun 2015. Namun pada tahun 2016 terdapat penurunan jumlah pengunjung hingga 13%. Kemudian pada tahun 2017 jumlah

kunjungan naik hingga 23%. Jika wisatawan yang datang dapat meningkat setiap tahun maka tidak menutup kemungkinan bahwa museum tersebut akan berkembang.

Kunjungan wisatawan Museum Sri Baduga di dominasi kalangan pelajar. Biasanya kunjungan dari kalangan pelajar merupakan agenda tahunan yang diadakan dari pihak sekolah. Sedangkan untuk wisatawan umum dan wisatawan asing biasanya berkunjung karena rasa ingin tahu. Para wisatawan dapat menyerap informasi di Museum Sri Baduga melalui *Museum Experience* yaitu *Recreation, Sociability, Learning experience, Aesthetic experience, Celebrative experience*. Melalui *Museum Experience* tersebut diharapkan dapat memberi pengalaman yang baik dan kepuasan di hati wisatawan yang berkunjung ke Museum Sri Baduga, sebab pengunjung harus mendapatkan nilai yang maksimal demi mendapatkan kepuasan dari suatu objek wisata dalam setiap kunjungan. Kepuasan ataupun ketidakpuasan pengunjung merupakan hal yang penting karena pada dasarnya merupakan

tujuan dari dari suatu objek wisata (Syarifuddin, 2013). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung atau kepuasan wisatawan merupakan hal yang penting dalam dunia pariwisata, Karena hal tersebut dapat membuat objek wisatanya menjadi lebih berkembang.

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis *Museum Experience* yang di lakukan Museum Sri Baduga.
2. Untuk menganalisis kepuasan Pengunjung di Museum Sri Baduga.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Museum Experience* terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Sri Baduga.

1.1. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang membahas mengenai *Museum Experience*:

Tabel 3 : Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Elsa Dwi Melyanti, Rini Andari, Oce Ridwanudin	Pengaruh <i>Museum Experience</i> terhadap keputusan berkunjung (survey pada wisatawan nusantara yang berkunjung di Museum Kereta Api Ambarawa). (Metode penelitian Kuantitatif).	Hasil penelitian bahwa pengalaman museum dengan <i>sociability, sociability, learning experience, celebrative experiene</i> dimensi berdampak pada keputusan perjalanan wisatawan yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, keputusan waktu kunjungan, dan metode pembayaran yang digunakan.
2	Fristi Bellia Annishia	<i>The Demographyics, Travel Behavioral and Satisfaction's Level Of Visitors in Jakarta History Museum, Indonesia</i> (dengan metode penelitian kuantitatif)	Uji beda menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara <i>performance</i> dan <i>expectation</i> pada semua atribut, maka hipotesis dapat diterima, dan pengunjung museum merasa puas dengan <i>performance</i> dari museum ini.
3	Intan Audrey Indira Dewi, Dwinita Laksmidewi	Pengaruh <i>Customer Experiences Terhadap Revisit Intention Dengan Mediasi Learning In Museum Dan Visitors Satisfaction Di Museum Wayang.</i> (metode penelitian kuantitatif)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dalam hal lima dimensi yaitu, rasa, berpikir, bertindak, dan berhubungan memiliki efek positif pada niat mengunjungi kembali melalui pembelajaran di museum dan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi.

Sumber : Hasil pengolahan dari berbagai literatur (2018)

Dalam tabel 3 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kesamaan variabel diantaranya seperti *Museum Experience* dan mengenai kepuasan pengunjung yang juga akan diambil dalam penelitian ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata

Menurut (Undang-undang Kepariwisata, 2010) menyatakan bahwa “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Juga dijelaskan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha”.

Menurut (Meyers, 2009) menyatakan bahwa “Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya”.

Menurut (Sinaga, 2010) menyatakan bahwa “Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata”.

2.2. Museum

“Museum disebutkan sebagai obyek dan daya tarik hasil karya manusia yang berwujud secara etimologi, kata “Museum” diambil dari bahasa Yunani klasik, yaitu kumpulan Sembilan dewi yang berarti lambang ilmu dan kesenian”. (Undang-undang Kepariwisata, 2010)

Menurut ICOM (*Internatonal Council of Museums*) menyatakan bahwa “A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and

intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.” Yang berarti bahwa Museum ialah institusi permanen/lembaga permanen, yang melayani kepentingan masyarakat dan kemajuannya, terbuka untuk umum, tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, dengan cara mengumpulkan (pengoleksian), memelihara (konservasi), meneliti, memamerkan, dan mengkomunikasikan benda-benda nyata material manusia dan lingkungannya, untuk kemajuan studi, pendidikan dan rekreasi.

Beberapa fungsi Museum mempunyai sebagai berikut :

1. Berikut beberapa Pusat dokumentasi dan penelitian ilmiah
2. Pusat penyaluran ilmu untuk umum
3. Pusat penikmatan karya seni
4. Pusat pengenalan kebudayaan antar daerah dan antar bangsa
5. Obyek wisata
6. Media pembinaan pendidikan kesenian dan
7. Ilmu pengetahuan
8. Suaka alam dan Suaka budaya
9. Cermin sejarah manusia, alam dan kebudayaan
10. Sarana untuk bertaqwa dan bersyukur kepada Tuhan YME.

Kotler dalam (Siddiq Iskandar, 2016) menyatakan bahwa “Museum menyediakan dengan pengunjung melalui lingkungan desain, pameran, acara, kegiatan kerumunan orang, toko, restoran, situs, dan layanan lainnya.” Faktor-faktor ini yang mempengaruhi pengalaman pengunjung terutama diurutkan ke dalam empat kategori kenyamanan fisik dan aksesibilitas, seperti museum dirancang dengan baik, aman parkir, trotoar, kursi dan tempat beristirahat yang bersih. Keramahan karyawan, seperti perilaku yang diterima pengunjung, dan keamanan Interpretasi, narasi, dan cara-cara untuk menemukan informasi, yaitu penggunaan multimedia seperti fasilitas rekreasi.

2.3. Faktor-faktor *Museum Experience*

Adapun faktor-faktor yang menyebutkan terbentuknya *Museum Experience* menurut Goulding dalam (Siddiq Iskandar, 2016) yaitu :

1. Faktor sosial budaya yang meliputi kultur budayanya identifikasi kontinuitas tema dan

cerita, percakapan dan cerita bangunan dan evaluasi stimulus dan interaksi sosial.

2. Faktor kognitif, yang berisi penciptaan aktivitas sadar, keterlibatan dan keterlihatan, refleksi batin dan imajinasi, variasi stimulus untuk membuat bermakna “utuh” hingga dirasakan keaslian.
3. Faktor orientasi psikologis yang meliputi *setter* adegan, *routing*, dan pemetaan

2.4. Dimensi *Museum Experience*

Menurut Tzortzi dalam jurnal *Conceptual Engawa :The Experience Of Ring-Based Circulation In Tadao Ando Museums* (Siddiq Iskandar, 2016) menyatakan hubungan dua dimensi dalam pengalaman museum yaitu:

1. Pengalaman terhadap ruang pameran museum.
2. Pengalaman tata letak museum ditambah penataan display karya seni yang strategis bisa menciptakan pengalaman ruang yang lebih baik.

Menurut Kotler, dkk (2008) menyatakan bahwa setidaknya ada enam *Museum Experience* yang ditawarkan oleh museum yaitu :

1. *Recreation*

Meliputi kenikmatan bebas, santai, tertekstur waktu, kegiatan yang menyenangkan dan pengalihan kegiatan. Kegiatan yang dapat menyegarkan tubuh dan jiwa.

2. *Sociability*

Meliputi pertemuan dengan atau berpartisipasi dengan orang lain, melihat bersama-sama dengan orang lain, mengambil bagian dalam berbagai kegiatan umum.

3. *Learning Experience*

Kegiatan *learning experience* meliputi mengumpulkan dan memperoleh informasi baru dan menyerap pola, berolahraga, rasa ingin tahu dan rasa penemuan, pemahaman, dan *reflecting*, berlatih kemampuan kognitif.

4. *Aesthetic Experience*

Terlibat dalam kualitas pengalaman yang melekat dalam pengalaman itu sendiri dan yang kita tanggapi melalui indra kita seperti terlihat dalam kegiatan terfokus atau

intensif merasakan kualitas sensorik seperti warna, pola, dan tekstur, serta rasa gembira, euphoria, dan dalam kondisi rasa keresahan yang ditimbulkan oleh kualitas tidak terlepas dari objek alami, buatan, atau event, berfokus pada keindahan dibandingkan fungsinya.

5. *Celebrative Experience*

1. Mengamati dan menghormati pemimpin, peristiwa, kelompok, atau organisasi, berbagi dalam prestasi, menghubungkan dengan masa lalu, catatan sejarah, kelangsungan melalui sejarah dan waktu, menghadapi standar yang *refine sensibilitas*, memperbesar pikiran, dan bentuk aspirasi.

6. *Issue-Oriented Experience*

2. Menghadapi dan terlibat dalam isu-isu public kontemporer dan kekhawatiran masalah yang dapat mempengaruhi masyarakat lokal serta komunitas yang besar.

2.5. Kepuasan Pengunjung

Berikut beberapa definisi keputusan berkunjung menurut para ahli :

Menurut (Kotler dan Keller, 2017) menyatakan bahwa “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product’s perceived performance (or outcome) to expectations*”. (kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka).

Menurut (Lovelock & Wirtz, 2012) menyatakan bahwa “*Satisfaction is an attitude like judgement following a consumption experience*”. (kepuasan adalah sebuah sikap menduga berdasarkan pengalaman yang didapatkan.)

Menurut Zeithaml, bitner dan Gremler (2013) menyatakan bahwa “*Satisfaction is the customers fulfillment response. it is a judgment that a product a service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumptions related fulfillment*”. (kepuasan adalah pemenuhan respon konsumen. Dugaan terhadap fitur produk dan jasa yang

menyediakan level kesenangan dalam pemenuhan penggunaan berbuhungan).

Kotler dan Keller (2008) menyatakan bahwa “Terdapat beberapa faktor yang mempegaruhi kepuasan pelanggan (wisatawan) yaitu harapan pelanggan (wisatawan), tujuan, *perceived performance*, *attribute satisfaction*, dan *information satisfaction*”.

2.6. Hubungan *Museum Experience* terhadap *Tourist Satisfaction*

Museum Experience merupakan indikator yang pada dasarnya mampu membuat sebuah keterkaitan dalam hal kepuasan pengunjung.

Menurut Ross dalam (Dewi. dkk., 2015) menyatakan bahwa “Intensi mengunjungi kembali terjadi ketika para wisatawan memperoleh kesan yang baik dan kepuasan dari pengalamannya pada saat pertama kali berkunjung untuk kembali pada waktu berikutnya. Oleh karena itu, kembalinya wisatawan/pengunjung dimasa depan karena mereka memiliki kesenangan atau kepuasan yang lebih baik dari pengalaman yang diharapkannya.

3. METODE PENELITIAN

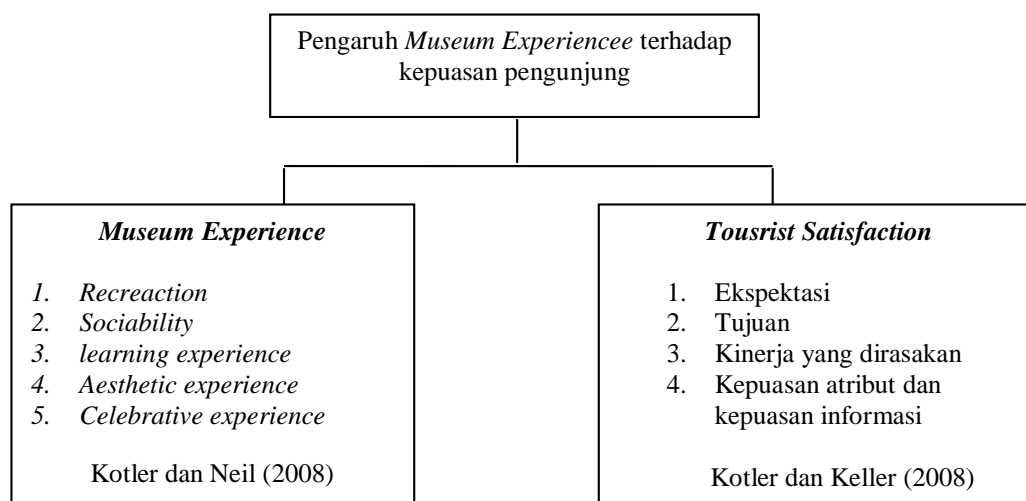
3.1 Metode Pengumpulan Data

Objek pada penelitian ini adalah *Museum Experience* dan kepuasan pengunjung. Guna kepentingan penyederhanaan analisis data, masing-masing variabel diberikan simbol-simbol sebagai berikut :*Museum Experience* dengan symbol (X) dan kepuasan pengunjung dengan symbol (Y), di Museum Sri Baduga yang terletak di Jl. BKR No.185 sebelah utara Tugu Monumen Perjuangan lapangan Tegalega.

Metode yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. “*Explanatory survey* adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dengan pengaruh antara satu variable dengan variabel lain” (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui dari seluruh populasi terhada pobjek yang sedang diteliti.

3.2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Pengolahan data 2018

Gambar 1 : Kerangka Pemikiran

3.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas hipotesis sementara pada penelitian *Museum Experience* memiliki kolerasi serta pengaruh positif terhdap *kepuasan pengunjung*.

1. H₀: Tidak terdapat pengaruh dari *Museum Experience* terhadap kepuasan pengunjung di Museum Sri Baduga Bandung.

2. H_a : Terdapat pengaruh dari Museum Experience terhadap kepuasan pengunjung

3.4 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berkunjung di Museum Sri Baduga Bandung. Populasi didapat berdasarkan perhitungan total jumlah pengunjung umum pada tahun terakhir yaitu tahun 2017 yang dibagi dengan 12 bulan. Jumlah pengunjung Museum Sri Baduga di tahun 2017 dijabarkan pada tabel 2 total pengunjung di Museum Sri Baduga pada tahun 2017 adalah 82.653 orang. Sehingga rata-rata jumlah pengunjung umum dalam 1 bulan adalah $82.653 : 12 = 6.887,75$ dan jika digenapkan maka rata-rata jumlah pengunjung Museum Sri Baduga dalam 1 bulan adalah 6.888 orang, sehingga populasi pengunjung umum Museum Sri Baduga 6.888 orang.

3.5 Sampel

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin (Umar, 2002) yaitu sebagai berikut :

Rumus :

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

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
 N = 6.888 (Ukuran Populasi)
 e = 10% (Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat diteliti adalah 0,1 atau 10%

$$= \frac{6,888}{1 + 6,888 (0,1)^2}$$

$$= \frac{6,888}{1 + 69,98}$$

= 98,57 dibulatkan menjadi 100

Sampel yang akan diambil penelitian ini adalah sampel yang akan dijadikan responden yaitu para wisatawan yang mengunjungi Museum Sri Baduga, jadi dalam penelitian ini sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* melalui *accidental sampling* yaitu pengambilan sample secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil

responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010). Sehingga dalam teknik sampling disini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di Museum Sri Baduga Bandung.

3.6 Analisis Data

1. Analisa Deskriptif

Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, dimaksudkan untuk menggambarkan secara terstruktur dan menyajikan informasi secara ringkas dari sejumlah data data yang tersedia.

2. Analisis Verifikatif

Teknik analisis verifikatif berfungsi untuk menguji suatu hubungan antara satu variabel penelitian dengan variabel penelitian lainnya. Analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah untuk menguji nilai hipotesis pada variabel bebas (X_1) yaitu kualitas pelayananyang mempengaruhi variabel terkait (Y) yaitu kepuasan Pengunjung Monumen Nasional.

3. Pengujian Data

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, dan data yang sudah diperoleh akan dianalisis dengan metode analisis koefisien linier sederhana.

4. Pengukuran Data

Pengukuran untuk masing-masing indikator variabel dilakukan dengan skala ordinal. Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel adalah analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman menggunakan *Software SPSS 23 for Windows*.

3.7 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini diuji apakah hipotesis dinyatakan dapat diterima ataupun ditolak kebenarannya. Dalam pengujian ini dinyatakan bahwa jika hipotesis nol (H_0) diterima (benar) maka hipotesis alternatif (H_1) ditolak (salah). Dan berlaku sebaliknya jika hipotesis nol (H_0) ditolak (salah) maka hipotesis alternatif (H_1) diterima (benar).

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R^2), dinyatakan dalam bentuk persen (%) (Silalahi, 2010). Koefisien determinasi disebut juga koefisien penentu karena varians pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui *variens* yang terjadi pada variabel independen (Sugiyono., 2013). Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perubahan dalam suatu variabel dependen ditentukan oleh perubahan variabel lain.

2. Uji Statistik t (Uji Secara Parsial)

Menurut (Haromain, 2016), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol. Artinya apakah satu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif nya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol. Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0, 05 ($\alpha = 0,05$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3. Analisis regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana ialah suatu analisis yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan secara

linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel Response (Dependen)

X : Variabel Presictor (Independen)

A : Konstanta Koefisien Regresi

(kemiringan/besaran response yang

ditimbulkan variable; X pada variabel Y)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Museum Sri Baduga mulai di bangun pada tahun 1974 dengan mengambil model bangunan rumah tradisional Jawa Barat. Bentuk bangunan yaitu suhunan panjang dan rumah panggung yang dipadukan dengan gaya arsitektur modern. Tanah yang digunakan untuk membangun Musem Sri Baduga merupakan areal kantor Kewedanaan Tegalega. Bangunan perkantoran sampai saat ini masih difungsikan dan dilestarikan sebagai ruang perkantoran. Gedung Museum Sri Baduga berada di Jl. BKR No. 185 sebelah utara Tugu Bandung Lautan Api yang terletak di lapangan Tegalega. Bangunan museum dibuat sesuai kebutuhan yang terbagi menjadi dua yaitu bangunan pokok dan penunjang.

Pada tanggal 5 Juni 1980 pembangunan tahap pertama selesai kemudian di resmikan oleh Menteri Penddikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yaitu Dr. Dadoed Joesoef di damping oleh gubernur Jawa Barat H Aang Kunefi, dengan nama Museum Negeri Provisi Jawa Barat.

Pada Tanggal 1 April 1990 ditambahkan dengan nama “Sri Baduga” yang diambil dari nama salah seorang Raja Padjadjaran (Sri Baduga Maharaja Ratu Haji di Pakwan Padjadjaran Sri Sang Ratu Dewata) yang memerintah pada kurun 1482 – 1521 Masehi.

Pada tahun 2002 saat otonomi daerah berubah nama menjadi “Balai Pengelolaan Museum Negeri Sri Baduga, yang merupakan Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) Dinas dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Tugas pokok dan fungsinya adalah melaksanakan pengumpulan, perawatan, penelitian dan penyajian benda peninggalan sejarah alam dan

kebudayaan Jawa Barat serta bimbingan edukatif kultural.

Hingga Tahun 2014 Museum Sri Baduga memiliki 6.947 buah koleksi. Terdapat sepuluh jenis klasifikasi koleksi museum yaitu :

1. Geologika/Geografika
2. Biologika
3. Etnografika
4. Arkeologika
5. Historika
6. Numismatika/ Heraldika
7. Fiologika
8. Keramologika
9. Seni Rupa Teknologika

Sekitar sepuluh persen koleksi museum tersebut dipamerkan di ruangan pameran tetap dan untuk pameran keliling hanya sebagian yang dapat di tampilkan.

4.2 Layanan Produk yang Ditawarkan Perusahaan

Layanan yang di tawarkan kepada pengunjung oleh Museum Sri Baduga yaitu :

1. Tiket non paket dimana nantinya pengunjung bisa melihat berbagai koleksi museum yang terdapat di ruang pameran tetap tanpa dibatasi waktu berkunjung dalam satu hari. Harga tiket bagi pengunjung TK sampai dengan SMP sebesar Rp. 2000,- dan bagi SLTP keatas dan umum, sebesar Rp. 3000,-.
2. Tiket beserta dengan paket *workshop* (*workshop* mengenai edukasi permainan tradisional). Pengunjung mendapatkan tambahan produk yang bisa dinikmati seperti menyaksikan pemutaran film Bandung Lautan Api di ruang Auditorium serta *workshop* sesuai dengan jenjang pendidikannya. Biaya yang dikenakan untuk bisa mengambil paket workshop edukasi permainan tradisional yaitu sebesar Rp. 17.500,- (sudah termasuk biaya tiket masuk) untuk minimal pemesanan 40 orang sampai dengan 100 orang.

4.3 Karakteristik Responden

Analisis deskriptif karakteristik responden pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana gambaran karakteristik wisatawan Museum Sri Baduga. Karakteristik

konsumen tersebut diklasifikasi berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Tempat Tinggal, dan Pekerjaan.

Berdasarkan data yang dirangkum dari 100 orang responden, didapatkan data Karakteristik sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Responden Museum Sri Baduga Kota Bandung sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 66% dan laki-laki sebesar 31%. Dengan selisih 34%, mengindikasikan bahwa konsumen Museum Sri Baduga Kota Bandung lebih digemari oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

b. Usia

Responden Museum Sri Baduga berusia di bawah 18 tahun sebesar 18%, responden berusia 21 tahun keatas sebesar 74%, dan sebagian kecil berusia 50 tahun keatas sebesar 2%. Hal ini mengindikasikan bahwa Museum Sri Badugasebagian besar digemari oleh kalangan dewasa muda daripada remaja atau orang tua.

c. Tempat Tinggal

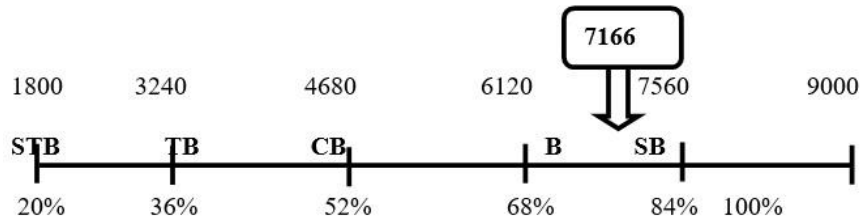
Responden yang datang ke Museum Sri Baduga berasal dari Bandung yaitu sebesar 82%, dan sebagian kecil responden bertempat tinggal di Pekanbaru sebesar 4%, Jakarta 4%, Malaysia 2%, Cianjur 6%, Bukit tinggi 1%, Garut 1%, Ciamis 1%, Aceh 1%, Tasikmalaya 1%, Palembang 1%. Hal ini mengindikasikan bahwa Museum Sri Baduga sebagian besar digemari oleh masyarakat Bandung yang mempunyai aksesibilitas yang mudah menuju Museum Sri Baduga.

d. Pekerjaan

Responden Museum Sri Baduga sebagian besar berkerja sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebesar 51 %, pegawai swasta sebesar 29%, wiraswasta sebesar 8%, dan lainnya sebesar 12%. Artinya, karakteristik responden berdasarkan profesi didominasi oleh pelajar/mahasiswa.

4.4 Pembahasan

a. Analisis Deskriptif Variabel Pengaruh Museum Experience



Skor total variabel Pengaruh *Museum Experience* sebesar 7166 berada pada interval 6120-7560 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 80 %. Artinya, hampir seluruh responden di Museum Sri Baduga memberikan penilaian "Baik" pada variabel *Museum Experience*.

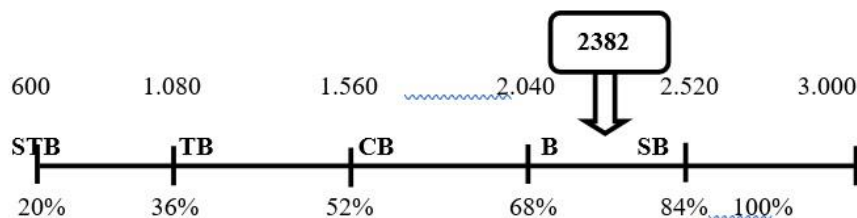
Tingginya penilaian variabel pengaruh *Museum Experience* ditunjukkan dari penilaian oleh responden pada setiap dimensi yaitu *recreation*, *sociability*, *learning experience*, *aesthetic experience*. Adapun Skor total dimensi *recreation* sebesar 1609 berada pada interval 1560-2040 dan termasuk ke dalam kategori “Cukup Baik” sebesar 54%. Skor total dimensi *sociability* sebesar 1126 berada pada interval 1020-1260 dan termasuk ke dalam

Berdasarkan hasil analisis, diketahui kategorisasi variabel Pengaruh *Museum Experience* sebagai berikut:

kategori “Baik” sebesar 75%. Skor total dimensi *learning experience* sebesar 1662 berada pada interval 1360-1680 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 83%. Skor total dimensi *aesthetic experience* sebesar 1995 berada pada interval 1700-2100 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 80%. Skor total dimensi *celebrative experience* sebesar 774 berada pada interval 680-840 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 77%.

b. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis statistik, diketahui kategorisasi variabel Kepuasan Pengunjung sebagai berikut:



Skor total variabel Kepuasan Berkunjung sebesar 2.382 berada pada interval 2.040-2520 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 79%. Artinya, hampir seluruh responden di Museum Sri Baduga memberikan penilaian "Baik" pada variabel Kepuasan pengunjung.

Tingginya penilaian variabel keputusan berkunjung ditunjukkan dari penilaian oleh responden pada setiap dimensi yaitu harapan/ekspektasi, tujuan, *perceived performance* dan kepuasan atribut dan kepuasan informasi. Adapun skor total dimensi harapan/ekspektasi sebesar 788 berada pada interval 680-840 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 79%. Skor total

dimensi tujuan sebesar 399 berada pada interval 340-420 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 80%. Skor total dimensi *perceived performance* sebesar 391 berada pada interval 340-420 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 78%. Skor total dimensi kepuasan atribut dan kepuasan informasi sebesar 804 berada pada interval 340-420 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 80%.

c. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4 : Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,898 ^a	,806	,804	1,687	1,906

Sumber : Hasil olah data statistic 2018

Dari tabel 4 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai R square = 0,806. Hal ini mengindikasikan bahwa *Museum Experience* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 80,6%, sedangkan sisanya, yaitu 19,4% dipengaruhi

oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya tingginya tingkat kepuasan pengunjung, ditentukan oleh keberhasilan *Museum Experience*.

Tabel 5 : Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,404	1,123		1,250	,214
Museum Experience	,312	,015	,898	20,187	,000

Sumber : Hasil olah data statistic 2018

Berdasarkan uji t pada tabel 5 diketahui bahwa signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $20,187 > t$ tabel 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh *Museum Experience* terhadap kepuasan pengunjung secara parsial.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat hubungan parsial antara *Museum Experience* dengan kepuasan pengunjung di Museum Sri Baduga.

Hasil analisis regresi linier sederhana seperti ditampilkan pada tabel 6 menunjukkan bahwa:

Tabel 6 : Analisis Koefisien Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,404	1,123		1,250	,214
Museum Experience	,312	,015	,898	20,187	,000

Sumber : Hasil Output Olah Data Statistik 2018

Sehingga, hubungan antara *Museum Experience* dengan keputusan kepuasan berkunjung adalah 0.898. hasil tersebut bertanda positif dengan signifikansi 0,000. Hal tersebut mengartikan bahwa setiap peningkatan perubahan nilai *Museum Experience* (X) akan memberikan peningkatan skor variabel kepuasan berkunjung (Y) sebesar 0,898. Dan nilai sig $0,000 < 0,05$ atau t hitung $(20,187) > t$ Tabel (1660). Artinya semakin tinggi X maka semakin tinggi Y.

Koefisien regresi X sebesar 0,312 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Museum Experience*, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,312. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Artinya tinggi rendahnya kepuasan pengunjung ditentukan oleh keberhasilan *Museum Experience*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis baik deskriptif maupun verifikatif, didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil analisis, skor total variabel Pengaruh *Museum Experience* sebesar 7166 berada pada interval 6120-7560 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 80 %. Artinya, hampir seluruh responden di Museum Sri Baduga memberikan penilaian “Baik” pada variabel *Museum Experience*. (2) Hasil analisis, skor total variabel Kepuasan Berkunjung sebesar 2.382

berada pada interval 2.040-2520 dan termasuk ke dalam kategori “Baik” sebesar 79%. Artinya, hampir seluruh responden di Museum Sri Baduga memberikan penilaian “Baik” pada variabel Kepuasan pengunjung. (3) *Museum Experience* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Koefisien regresi variabel X terhadap Y juga menunjukkan arah positif, yang berarti tinggi rendahnya kepuasan pengunjung ditentukan oleh keberhasilan *Museum Experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Annishia, Fristi Bellia. (2017). The Demographics, Travel Behaviour and Satisfaction's Level of Visitor in Jakarta History Museum, Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3 (1), 265-275.
- Dewi. dkk. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention dengan Mediasi Learning in Museum dan Visitor Satisfaction di Museum Wayang. Dinas Budaya dan Pariwisata Jawa Barat. (2018). Badan. Retrieved from <https://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=objek-wisata&act=showdetail&catid=18>
- Haromain, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Z618. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17.
- Khoirnafiya, S. (n.d.). Peranan Museum Bagi Masyarakat Masa Kini. Jakarta: Direktorat Permuseuman.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2008). *Marketing Management: International Edition*. Pearson Education.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.e – *Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 0).
- Kotler, Neil G., P., Kotler, W. I. (2008). *Museum marketing strategy: Designing missions Building Audiences Generating Revenue and Resouces*.
- Lovelock, C & Wirtz, J. M. (2012). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi : Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Meyers, K. (2009). *Panduan Dasar Pelaksanaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Oce., M. D. A. R. R. (2014). *Pengaruh Museum Experience Terhadap Keputusan Berkunjung*.
- Siddiq Iskandar, F. (2016). *Pengaruh Museum Experience Terhadap Behavioral Intention Wisatawan di Museu Konperensi Asia Afrika*.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sinaga, S. (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya.
- Sugiyono. (2014). *PERSPEKTIF METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. In *Metodelogi Penelitian kuantitatif dan kualitatif* (p. 8).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, D. (2013). *Tourism Destination Service Quality to Tourist Satisfaction*. *Majalah Ilmiah Kopertis Wilayah IV*, 1–13.
- Syarifuddin, D. (2014). *Measuring Destination Service Quality (Studi Tentang Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Kebun Binatang Bandung)*. *Pariwisata*, I(2), 122–130.
- Umar, H. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Undang-undang Kepariwisataaan. (2010). *Undang-Undang Kepariwisataaan*. (F. Zuhendri, Ed.), *Regulasi* (2010th ed.). Bandung: FOCUSINDO MANDIRI.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan

Dwayne D. Gremler. (2013). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw Hill Education Private Limited.

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>, diakses pada 20 Juli 2018.