

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI MUSEUM TUBUH THE BAGONG ADVENTURE
JAWA TIMUR PARK 1**

SKRIPSI



oleh

**Dedy Nuryanto
14410017**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI MUSEUM TUBUH THE BAGONG ADVENTURE
JAWA TIMUR PARK 1**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

oleh

**Dedy Nuryanto
14410017**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2018**

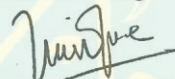
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI MUSEUM TUBUH THE BAGONG ADVENTURE
JAWA TIMUR PARK 1**

SKRIPSI

oleh

Dedy Nuryanto
14410017

Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing


Dr. Retno Mangestuti, M.Si.
NIP. 19750220 200312 2 004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi



Dr. Siti Mahmudah, M.Si.
NIP. 19671029199403 2 001

iii

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP

iii

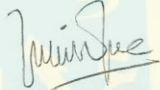
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM TUBUH THE BAGONG ADVENTURE JAWA TIMUR PARK 1

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal, 22 Oktober 2018

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing


Dr. Retno Mangestuti, M.Si.
NIP. 19750220 200312 2 004

Anggota Penguji lain Penguji Utama


Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 19761128 200212 2 001

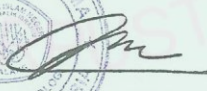
Anggota Penguji lain Ketua Penguji


Dr. Mohammad Mahpur, M.Si
NIP. 19760505 200501 1 003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 05 November 2018

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang




Dr. Siti Mahmudah, M.Si.
NIP. 19671029199403 2 001

Pernyataan Orisinalitas

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dedy Nuryanto
NIM : 14410017
Fakultas : Psikologi UIN Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park I*", adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang 22 Oktober, 2018
Penulis,



Dedy Nuryanto
14410017

Motto

“Berbuat baiklah engkau (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu” (QS. Al-Qashas : 77)



Persembahan

Karya ini saya persembahkan untuk Ibu saya Siti Rulyah dan Bapak saya Suharto yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya tanpa harus meminta balasan dari anaknya. Terimakasih karena usahanya selama ini yang membuat saya bisa sampai menuntut ilmu setinggi ini.

Kepada adik-adik saya yang telah menjadi salah satu motivasi mengapa saya harus dapat menjadi contoh kakak yang baik.

Dan untuk keluarga besar saya yang memberikan dukungan moril dan materil selama ini. Terimakasih banyak karena tanpa kalian saya tidak akan mampu bertahan sejauh ini.

Kata Pengantar

Bismillahirrohmannirohim.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, taufiq serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Tubuh The Bgong Adventure Jawa Timur Park 1”, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari bahwa banyak yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Untuk dengan tulus penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M. Si selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Retno Mangestuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si selaku Dosen Wali saya selama menempuh Pendidikan S1 yang memberikan motivasi agar memiliki pandangan yang jauh untuk masa depan.
5. Segenap Dosen Fakultas Psikologi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama berkuliah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
6. Ibu Siti Rulyah dan Bapak Suharto selaku orang tua yang paling berjasa dihidup saya, saya ucapkan terimakasih atas dukungan dan kasih sayang yang telah engkau berikan.

7. Adik-adik yang menjadi alasan untuk bisa menjadi kakak yang mampu diandalkan dikeluarga maupun dimasyarakat.
8. Keluarga 12 yang selalu memberi motivasi selama di Malang Wahyu, Asep, Acip, Malik, Dadang
9. Sahabat yang selalu ada saat dibutuhkan Tyas, Zain, Taufik terima kasih karena ikut mewarnai hari-hari saya.
10. Keluarga Cemara Elok, Fikril, Anggita, Elsa, Iyin terima kasih atas support systemnya selama berada dimalang dan cerita yang bagaikan nano-nano.semoga dilain waktu kita bisa bertemu kembali dengan keadaan yang lebih baik.

Semoga Allah akan membalas kebaikan kalian semua.

Dalam skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan, kempuan, tenaga dan waktu yang penulis miliki, untuk itu peneliti mengharapkan saran yang membangun guna penyempurnaan laporan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini membawa manfaat bagi penulis sendiri khususnya, bagi pengembangan ilmu dan pengaplikasiannya.

Malang, 26 Agustus 2018

Dedy Nuryanto

14410017

Daftar Isi

Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Pernyataan Orisinalitas	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
Abstract.....	xvi
ملخص البحث	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Keputusan Berkunjung.....	14
1. Pengertian Keputusan Berkunjung.....	14
2. Dimensi Keputusan Berkunjung	15
3. Keputusan Berkunjung Dalam Persepektif Islam	19
B. Kualitas Pelayanan	19
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22
3. Kualitas Pelayanan Dalam Persepektif Islam.....	23
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	25
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Rancangan Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29

D. Subjek Penelitian (Populasi dan Sampel)	30
E. Metode Pengumpulan Data	32
F. Validitas dan Reliabilitas	33
G. Instrumen Pengumpulan Data	35
1.Blue Print Penelitian	36
H. Model Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Pelaksanaan Penelitian	40
1.Gambaran Lokasi Penelitian	40
2.Waktu Pelaksanaan Penelitian	40
B. Hasil Penelitian	41
1. Uji Kategorisasi.....	41
1. Pengujian Hipotesa.....	46
C. Analisis Data	48
1. Tingkat Kualitas Pelayanan Museum.....	48
2. Tingkat Keputusan Berkunjung	51
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.....	53
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

Daftar Tabel

Tabel 1. Tabel for Determining Sample Size from a Given Population	31
Tabel 2. Pemberian Nilai Skala Respon (Skala Likert)	35
Tabel 3. Blue Print Kualitas Pelayanan.....	36
Tabel 4. Skala Keputusan Berkunjung.....	37
Tabel 5. Rumus Kategorisasi	39
Tabel 6. Mean dan Standar Deviasi Kualitas Pelayanan	41
Tabel 7. Kategorisasi Tingkat Kualitas Pelayanan	42
Tabel 8. Hasil Prosentase Kualitas Pelayanan	42
Tabel 9. Mean dan Standar Deviasi Keputusan Berkunjung.....	44
Tabel 10. Kategorisasi Tingkat Keputusan Berkunjung	45
Tabel 11. Hasil Prosentase Keputusan Berkunjung	45
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 13. Hasil Uji Linieritas.....	47
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linier	47

Daftar Gambar

Gambar 1. Diagram Tngkat Kualitas Pelayanan	43
Gambar 2. Diagram Tingkat Keputusan Berkunjung	45



Daftar Lampiran

Lampiran 1. Lampiran Skala Penelitian.....	64
Lampiran 2. Lampiran Hasil Input Data Penelitian	67
Lampiran 3. Lampiran Hasil Uji Validitas Reabilitas dan Normalitas	71
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas.....	73
Lampiran 5. Lampiran Hasil Uji Linieritas.....	74
Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Regresi Linier	75

Abstrak

Nuryanto, Dedy. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1*, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2018. Pembimbing: **Dr. Retno Mangestuti, M.Si**

Salah satu daya Tarik dari museum dalam rangka menarik pengunjung adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan memberikan fasilitas yang lengkap kepada pengunjung. Jika pelayanan yang diberikan tidak baik atau sesuai dengan harapan maka pengunjung tersebut akan kecewa dan enggan untuk berkunjung kembali. Tujuan Penelitian 1) Untuk mrngetahui tingkat kualitas peyanan di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. 2) Untuk ,mengetahui tingkat keputusan berkunjung di Musem Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Sampel dalam penelitian ini adalah 132 pengunjung, dari populasi pengunjung yang pernah dating ke Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik probability sampling, metode pengumpulan data menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan analisis regresi linear. Skala penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan dengan lima aspek bentuk fisik, kehandalan, ketanggapan, empati, jaminan dan kepastian. Lima Aspek keputusan berkunjung yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian, dan prilaku pembelian.

Berdasarkan penelitian ini dapat didapatkan hasil bahwa mayoritas kualitas pelayanan terdapat 72 pengunjung dalam kategori tinggi dengan prosentase 55%. Sedangkan keputusan berkunjung dalam kategori tinggi menunjukan 80 pengunjung dalam prosentase 61%. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung. Dengan koefisien determinan $R^2=0,695$ artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 69,5% terhadap keputusan berkunjung. Jadi 69,5% keputusan berkunjung di prngaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan 30,5% keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh hal yang lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

Abstract

Nuryanto Dedy. 2018. Influence of Service Quality to Visiting Decision in Body Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1, Skripsi, Psychology Faculty Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Advisor: **Dr. Retno Mangestuti, M.Si.**

One of pull power from museum to attract visitor is giving good service and complete facility to the visitor. If service doesn't go off or doesn't suit visitor's hope, visitor will feel disappointed and unwilling to visit back. Research goals: 1) Knowing service quality level in Body Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1; 2) Knowing visiting decision level in Body Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1; 3) Knowing influence of service quality to visiting decision in Body Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.

This research qualitative research. Research sample is 132 visitors from visitor population who ever visit to Body Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. Sampling with probability sampling. Data collecting method is Likert scale. Data analysis uses linear regression analysis. Research scale uses service quality with five aspects: physical shape, rely on, perceptive, empathy, assurance and certainty. Five aspects from visiting decision are knowing need, looking for information, alternative evaluation, buying, and buying behavior.

Research results is that majority of service quality is going to 72 visitors with "high" category with percentage 55%. Then, visiting decision "high" showing 80 visitors with percentage 61%. So, there is positive and significant influence of service quality to visiting decision. With determinant coefficient $R^2=0,695$ meaning that service quality has influence 69,5% to visiting decision. So, 69,5% visiting decision is influenced by service quality and 30,5% visiting decisions is influenced by another factors.

Keywords: Service Quality, Visiting Decision.

ملخص البحث

نوريانتو ديدي. 2018. أثر جودة الخدمة إلى قرار زيارة متحف بدن *The Bagong Adventure* بجاوا تيمور بارك 1، البحث الجامعي، كلية علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفة: الدكتور رتنو مانجستوتى الماجستير

من أحد جذاب المتحف بإعطاء الخدمة الجيدة والمرافق الكاملة إلى الزائرين. إذا لاتناسب الخدمة بما المرغوب فيكون الزائرون يشعرون بالفرح ويكسلون أن يزوروا للمرة الثانية. أهداف البحث: 1) لمعرفة درجة جودة الخدمة بمتحف بدن *The Bagong Adventure* بجاوا تيمور بارك 1؛ 2) لمعرفة قرار زيارة متحف بدن *The Bagong Adventure* بجاوا تيمور بارك 1؛ 3) لمعرفة أثر جودة الخدمة إلى قرار زيارة متحف بدن *The Bagong Adventure* بجاوا تيمور بارك 1.

هذا البحث بحث كيفي، عينة البحث 132 زائرا من مجموعة زائري متحف بدن *The Bagong Adventure* بجاوا تيمور بارك 1. أخذ العينة بعينة الاحتمالية، أسلوب جمع البيانات بمقياس ليكرت. تحليل البيانات بتحليل انحدار خطي. مقياس البحث باستخدام جودة الخدمة بخمسة الأبعاد وهم شكل الجسم، والموثوق، والاستجابة، والتعاطف، وضمان والتيقن. خمسة أبعاد قرار الزيارة هي تعريف الحاجة، والبحث عن المعلومات، والتقييم البديل، والشراء، والموقف الشرائي.

نتيجة البحث محسولة من أن أكثر جودة الخدمة 72 زائرا بدرجة "عالي" بدرجة مائوية 55%. أما قرار الزيارة بدرجة "عالي" بحضور 80 زائرا ب61%. فهناك الأثر الإيجابي والأثر المعنوي بين جودة الخدمة وقرار الزيارة. بمعامل التعيين $R^2 = 0,695$ بمعنى جودة الخدمة لديها الأثر 69,5% إلى قرار الزيارة. إذن، 69,5% قرار الزيارة تؤثره جودة الخدمة وأما 30,5% قرار الزيارة مؤثر بمعامل الآخر.

كلمات أساسية: جودة الخدمة، قرار الزيارة

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sektor strategis dan menjanjikan keuntungan komersil dewasa ini. Perkembangan pariwisata di Indonesia sendiri dapat dikategorikan mengalami kemajuan sangat pesat. Selain sebagai salah satu bagian dari pembangunan nasional pengembangan pariwisata juga merupakan sarana pemberdayaan daerah (SefiraRyalita dkk. 2013: 136). Indonesia merupakan negara yang tidak hanya memiliki sumber daya manusia (SDM) yang besar melainkan kekayaan sumber daya alam yang juga melimpah. Hal ini merupakan potensi yang jika dikelola dan diolah secara baik dan benar dapat mendatangkan pelbagai manfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Peraturan otonomi daerah yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah bahwa penyerahan wewenang dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk melakukan upaya pembangunan daerah demi terciptanya sebuah kesejahteraan bagi masyarakat (Febrianti Dwi Cahya Nurhadi dkk. 2013: 325-326). Dengan adanya peraturan ini setiap daerah memiliki wewenang dan mandat untuk menggali potensi yang terdapat di wilayahnya sehingga tiap daerah dapat berdikari membangun dan memajukan wilayahnya masing-masing.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menawarkan berbagai pilihan destinasi wisata unggulan. Khususnya Malang Raya dengan Kota Batunya menyajikan banyak sekali tempat-tempat wisata yang menarik dan layak dikunjungi. Julukan *De Kleine Switzerland* dalam bahasa Belanda yang mempunyai arti Swiss kecil di Pulau Jawa bukan sesuatu yang berlebihan jika dilihat dari pesona yang dimiliki kota yang berada pada ketinggian 680-1700 meter diatas permukaan laut ini.

Kota Batu sesuai Perda Kota Batu Nomor 4 Tahun 2004 yang menjelaskan bahwa fungsi kota batu sendiri ialah sebagai kota pertanian (agropolitan) dan kota pariwisata menjadikan kota yang memiliki luas 199,08 km² ini menjadi sentra pertanian dan salah satu destinasi pariwisata potensial yang dimiliki Jawa Timur (Imron Hanas, 2014: 3). Sinergi antara pemerintah kota batu, masyarakat dan pihak swasta telah membuat daerah penghasil apel ini meraih penghargaan Smart Region Maturity Index pada tahun 2015. Penghargaan ini diberikan atas kesiapan daerah pintar meliputi *nature, stucture, infrastructure, suprastructure*, dan *culture* (www.timesindonesia.co.id 21/01/2015).

Pencapaian kota Batu ini merupakan sebuah gambaran bagaimana sinergitas yang terjalin baik dapat memberikan manfaat yang signifikan daerah tersebut. Tahun lalu sebagaimana yang diberitakan oleh radar malang bahwa wisatawan domestik kota Batu mencapai 4,6 juta orang. Angka ini termasuk besar bahkan mampu melebihi jumlah wisatawan di tahun sebelumnya. Kepala Dinas Pariwisata Kota Batu Imam Suryono mengatakan bahwa jumlah ini dapat

tercapai karena adanya kerjasama yang baik dari berbagai pihak serta promosi, branding, pelayanan yang berkualitas menjadikan para wisatawan memilih kota Batu sebagai destinasi wisata mereka (www.radarmalang.id 14/01/2018).

Persaingan disektor pariwisata tentu semakin kompleks hal ini yang tentunya menuntut pihak-pihak yang berkecimpung diwilayah tersebut dapat berinovasi menyesuaikan keinginan konsumen, dengan begitu akan mampu menarik minat dan mendatangkan wisatawan dalam jumlah besar. Kota Batu dengan wilayah yang tergolong kecil akan tetapi daerah ini mampu berdikari dan menyajikan destinasi wisata yang berbeda dari tempat lain. Batu tidak hanya menyediakan wisata alam dan wisata budaya akan tetapi juga menyajikan wisata buatan yang moderen dan banyak digemari oleh masyarakat saat ini. Wisata moderen dalam hal ini ialah yang memadukan antara sarana rekreasi, edukasi dan teknologi. Sehingga para wisatawan tidak hanya bermain akan tetapi juga mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang belum tentu didapatkan di tempat wisata lain.

Para wisatawan tentu akan mencari dan memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan mereka yang dengan hal itu dapat memuaskan dirinya. Sebelum memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi pastinya seorang pengunjung akan melakukan berbagai pertimbangan. Oleh karena itu, produsen ataupun penyedia tempat wisata dituntut untuk memahami permintaan pasar. Menjamurnya destinasi wisata diberbagai daerah maka wisata yang kekinian disertai kualitas pelayanan yang baik tentu akan berdampak signifikan terhadap keputusan berkunjung dari wisatawan (Eswika Nilasari, 2015: 2).

Berdasarkan kacamata ekonomi dikenal istilah minat beli kembali, yang hal ini dapat didefinisikan sebagai purchase intention yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali (Fullerton dan Taylor dalam Basiya dan Rozak, 2012). Menurut Miller, Glawter, dan Primban dalam Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan purchase intention adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku. Penerapannya dalam riset terhadap definisi purchasesintention adalah pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska pembelian dalam jangka waktu tertentu.

Purchases intention dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai behavior attention to visit. Pengembangan konseptualisasi model hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai layanan, dan kepuasan serta pengaruh relatifnya terhadap perilaku minat beli (Basiya dan Rozak, 2012). Baker & Crompton (2000) dan Tian-Cole et al. (2002) yang menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan dan kepuasan telah terbukti menjadi prediktor yang baik dari minat kunjungan kembali pengunjung (*visitors future behavioral intention*). Sehingga dalam hal ini penyediaan layanan yang baik oleh tempat-tempat wisata akan berdampak pada kepuasan yang diperoleh para pengunjung. Penyediaan layanan yang baik juga akan mempengaruhi minat ataupun keputusan para konsumen yang dalam

hal ini pengunjung untuk kembali datang ke tempat wisata tersebut dilain waktu.

Kualitas pelayanan sendiri dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali di tempat wisata ataupun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Dalam hal ini Jatim Park Group sebagai pihak swasta yang telah membantu sektor pariwisata di Kota Batu sejak tahun 2001 terus mencoba menyajikan dan menghadirkan destinasi wisata yang baru dalam upaya menarik minat pengunjung untuk selalu menjadikan kota Batu sebagai tujuan pariwisata mereka.

Tagline “Jawa Timur Park, Taman Belajar dan Rekreasi” seolah menegaskan bahwa berwisata tidak hanya bersenang-senang akan tetapi juga belajar ilmu pengetahuan dan teknologi (malang.kotamini.com 01/08/2015). Tidak hanya itu fasilitas yang disediakan oleh Jawa Timur Park Group yang mengelola beberapa tempat wisata seperti JTP (Jawa Timur Park) 1, JTP 2, Eco Green Park, The Bagong Adventure cukup lengkap dan unik yang beberapa diantaranya tidak ditemukan di daerah lain bahkan di Asia Tenggara.

The Bagong Adventure tidak hanya menyediakan sarana hiburan akan tetapi sebagai wisata edukasi. Salah satu wisata unggulan yang dimiliki Jawa Timur Park Group ini merupakan sebuah museum anatomi tubuh pertama di Indonesia dan terbesar di Asia (sampai tahun 2015). Ditempat ini para pengunjung disuguhkan seolah berrekreasi didalam tubuh manusia, didalamnya

berisi bagian-bagian tubuh manusia yang dibagi menjadi beberapa zona. Pengunjung museum tubuh tidak akan dibiarkan menjelajah sendirian karena sudah disiapkan disana guide yang akan membantu dan menjelaskan tiap-tiap area di The Bagong Adventure.

Museum tubuh ini juga dilengkapi dengan alat-alat multimedia yang akan membantu para pengunjung untuk mempelajari anatomi tubuh manusia serta fasilitas-fasilitas penunjang lain seperti cafe gigi, cafe Bagong, dan juga ruang pemeriksaan gratis yang terletak di lantai top roof, tempat ini menyediakan berbagai pemeriksaan mulai dari periksa mata, cek berat badan ideal, cek osteoporosis, gula darah, tekanan darah, dan lain lagi seputar anatomi tubuh. Hal inilah yang menjadi nilai lebih untuk Museum Tubuh the Bagong Adventure karena pengunjung akan mendapatkan berbagai macam wisata dalam satu tempat.

Rasa jenuh para wisatawan dengan tempat-tempat wisata yang hanya menyediakan sarana bermain menuntut para pengelola tempat wisata untuk menemukan sebuah konsep baru yang dapat menarik kembali minat pengunjung. Inilah yang kemudian melahirkan sebuah konsep taman bertema yang memberikan suasana lain yaitu berwisata sambil belajar (Harry Hermawan, 2018: 46). Sehingga konsep wisata edukasi dianggap mampu memenuhi permintaan konsumen. Pengertian Wisata Edukasi atau Wisata Pendidikan sendiri adalah suatu program yang menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan muatan pendidikan didalamnya. Program ini dapat dikemas sedemikian rupa menjadikan kegiatan wisata tahunan atau kegiatan

ektrakurikuler memiliki kualitas dan berbobot. Materi-materi dalam pemanduan telah disesuaikan dengan bobot siswa dan kurikulum pendidikan. Setiap kali mengunjungi obyek wisata akan disesuaikan dengan ketertarikan obyek dan bidang ilmu yang akan dipelajari.

Mereka akan mampu mengisi wawasan kebangsaan dengan kegiatan perjalanan wisata mengenal wilayah dan potensi sumber daya lokal antardaerah, kabupaten, provinsi serta antarpulau di seluruh negeri ini. Kegiatan perjalanan wisata pelajar akan menjadi pergerakan ekonomi rakyat, sekaligus membuka kantong seni dan budaya yang perlu diketahui dan dipahami oleh para pelajar. Karena itu, wisata pelajar diharapkan menjadi sarana pelajar untuk ikut melestarikan budaya dan mengenal nilai luhur sejarah dan budaya bangsa Indonesia.

Kegiatan tersebut diharapkan banyak bermunculan ragam obyek wisata yang bisa dimanfaatkan oleh penjual jasa pariwisata, sehingga dapat mendukung terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat kalangan bawah. Objek wisata edukasi, seni dan budaya yang dikunjungi pelajar dapat memberikan lapangan kerja bagi warga setempat, sehingga ketika objek wisata tersebut berkembang dapat dipetik manfaatnya oleh pemerintah dan masyarakat daerah itu. Melalui promosi, program Wisata Edukasi Cinta Indonesia yang dikhususkan untuk pelajar sekolah contohnya, dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena diprediksikan kegiatan ini mampu mengentaskan warga sekitar objek wisata

menuju kehidupan yang lebih baik. (AdminWS, Pengertian Wisata Edukasi 2016).

Jawa Timur salah satu provinsi yang memiliki beragam tempat wisata salah satunya berada dikota Malang. Di Batu terdapat beragam tempat wisata, missal : jawa timur park 1, 2, 3, dan museum bagong. Pada penelitian ini, peneliti menemukan masalah yang terdapat di museum bagong bahwa banyak sekali pengunjung yang komplain atau protes terhadap pelayanan yang ada di museum bagong akan tetapi dengan berbagai komplek yang ada masih tetap banyak pengunjung.

Museum pada dasarnya merupakan sarana edukasi yang dapat dirasakan oleh setiap kalangan, hanya kadang kala konsep museum menjadi sedikit berubah seiring berjalannya waktu terutama dari tujuan awal museum yang seharusnya dapat memberikan makna pembelajaran bagi setiap orang yang berkunjung Bruninghaus dan Knubel, 2004 (dalam Running a Museum: A Practical Handbook, 2004) menyebutkan bahwa museum seharusnya menetapkan tujuan sebagai tempat: 1. Edukasi dan Koleksi; 2. Edukasi dan Warisan Budaya; 3. Mengelola dan Mengembangkan Edukasi Museum; 4. Edukasi Museum dan Masyarakat; Menurut Bruninghaus dan Knubel (dalam Running a Museum: A Practical Handbook., 2004), pengajaran dan pembelajaran edukasi di museum menggunakan beberapa metode dan media yang ditujukan pada penerima pasif melalui proses pembelajaran berpikir, mengamati, memeriksa, mengakui dan metode untuk mendorong pengunjung

menjadi aktif terlibat, memeriksa koleksi, menampilkan atau mempelajari secara estetika, teknis atau kegiatan penelitian.

Metode pengajaran dan pembelajaran edukasi yang dimaksud oleh Bruninghaus dan Knubel sebagai berikut: 1. Metode Menggunakan Keterangan Koleksi; 2. Metode Pemanduan dan Dialog Edukasi; 3. Metode Audio dan Media Audiovisual; 4. Metode Belajar di Ruang Koleksi; 5. Metode Visual dan Media Komputer; 6. Metode Display Tactile; 7. Metode Belajar Dengan Permainan; Konsep museum digunakan untuk melihat metode yang digunakan pada daya tarik wisata JTP sebagai bentuk museum. (Leily Suci Rahmatin a, 1, I Gst. Agung Oka Mahagangga a, 2 (2016) Wisata Musium Berbasis Edutaimant di Jawa Timur Park Kota Batu, Jawa Timur).

Museum Tubuh Bagong Adventure merupakan salah satu bagian dari destinasi wisata edukasi di Jatim Park yang berlokasi di Kota Batu, Malang, Jawa Timur. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Batu jumlah pengunjung pada bulan januari adalah sebanyak 9260 dan angka tersebut sering berubah-ubah sesuai dengan intensitas pengunjung yang datang ke wisata tersebut.

Museum Bagong secara resmi dibuka sejak tanggal 20 Desember 2014 dan merupakan museum tubuh manusia pertama yang ada di negara Indonesia serta juga terbesar di kawasan Asia saat ini. Museum Tubuh Bagong Adventure ini masih satu komplek dengan kawasan Jawa Timur 1 yang beralamat di Jalan Kartika No.2 Kota Batu. Museum Tubuh Bagong Adventure ini menempati lokasi seluas kurang lebih 3,5 hektar dimana bangunan gedungnya berbentuk

satu bangunan dengan relief tubuh manusia berkarakter Bagong dan terdiri dari 6 lantai di dalamnya. Museum Tubuh Bagong Adventure akan cocok sekali dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata keluarga khususnya untuk pembelajaran anatomi tubuh manusia.

museum tersebut sudah dilengkapi berbagai fasilitas multimedia yang modern untuk mendukung zona di dalamnya. Mungkin bagi para pengunjung museum ini penasaran dengan digunakannya nama Bagong. Nama dari Museum Tubuh Bagong Adventure ini diambil dari karakter pewayangan bernama Bagong, dimana Bagong ini termasuk dalam salah satu tokoh empat sekawan (Punokawan) yang terdiri dari Semar, Petruk, Gareng, dan Bagong. Dalam tokoh pewayangan Jawa, Bagong adalah karakter yang paling menonjol dalam empat sekawan. Hal ini dikarenakan Bagong memiliki kepintaran dan paling cerdik serta lucu. Selain itu juga dengan mengambil nama salah satu tokoh empat sekawan tersebut, maka turut menjaga budaya dan melestarikan nama tokoh pewayangan Jawa.

Terdapat 13 zona pembelajaran yang ada di Museum Tubuh Bagong Adventure meliputi zona otak, mulut, gigi telinga, hidung, mata, paru – paru, jantung, hati, usus besar, usus halus, lambung, pembuluh darah, tulang, dan masih banyak lagi yang berkaitan dengan tubuh manusia. Harga tiket masuk Museum Tubuh Bagong Adventure ini untuk weekday (Senin – Kamis) adalah Rp 40.000,-/orang, sedangkan untuk weekend (Jumat – Minggu) harganya Rp 60.000,-/orang. Tersedia pula tiket terusan untuk bisa mengunjungi Museum Tubuh Bagong Adventure dan Jatim Park 1 dengan membayar Rp 70.000,-

/orang untuk hari weekday Senin – Kamis atau Rp 100.000,-/orang jika berkunjung pada hari weekend Jumat – Minggu. (Museum Bagong Tubuh Bagong Adventure, Wisata Edukasi di Batu Malang).

Berdasarkan hasil wawancara saudara andina pada tanggal 25 maret 2017, menyatakan bahwa kualitas pelayanan di museum tubuh belum maksimal karena masih banyak karyawan yang mengobrol saat ada pengunjung yang datang. Sangat disayangkan karena kurangnya pelayanan yang baik ini menimbulkan masalah seperti banyak pengunjung yang tersesat didalam museum, dan pelayanan yang pengunjung harapkan tidak sesuai dengan yang diinginkan dimana masih banyaknya pengunjung yang komplain kepada manajer bagong.

Dari beberapa keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangatlah penting terhadap pengunjung, dan salah satu penunjang keputusan berkunjung adalah kualitas pelayanan yang baik. Dan masalah saat ini adalah bagaimana perusahaan membuat pelayanan yang sesuai agar ada peningkatan pelayanan disetiap harinya. Penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Adventure Jawa Timur Park 1”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1?
2. Bagaimana tingkat keputusan berkunjung di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian sebagaimana diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1.
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan berkunjung di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1.

D. Manfaat Penelitian

Adapun harapan dari peneliti perihal manfaat penelitian ini diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Dapat disajikan refrensi dalam melakukan kajian atau penelitian dengan pokok permasalahan yang sama, serta sebagai bahan masukan dan refrensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Jatim Park Grup mengenai pentingnya kualitas pelayanan terhadap museum tubuh the bagong adventure jawa timur park 1.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Keputusan Berkunjung

1. Pengertian Keputusan Berkunjung

Menurut Kotler (2009) keputusan membeli yaitu: “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”.

Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (problem recognition), pencarian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen (Munandar, 2001).

Kotler dan Amstrong (2001:226) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Basu Swasta dan T Hani Handoko, 2000:15)

(Menurut wandari, Kumadji dan kusumawati, 2014) Dalam dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian digunakan juga dalam keputusan berkunjung.

Berdasarkan pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

2. Dimensi Keputusan Berkunjung

Dimensi pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah proses tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang atau jasa yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan perilaku purnabeli (Mc Daniel, 2001:189)

- a. Pengenalan masalah Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pengenalan kebutuhan ini ditujukan untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum segera dipenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Pengenalan masalah atau pengenalan kebutuhan Pencarian informasi Evaluasi Alternatif Perilaku Pasca Pembelian Pembelian.

Pengenalan masalah adalah suatu proses yang kompleks yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Proses ini melibatkan secara bersama-sama banyak variabel-variabel termasuk pengamatan, proses belajar, sikap, karakteristik kepribadian dan macam-macam kelompok sosial dan referensi yang mempengaruhinya.
 - 2) Proses pengenalan masalah merupakan suatu proses yang lebih kompleks dari penganalisaan motivasi. Walaupun proses tersebut melibatkan motif-motif pembelian, tetapi selain itu melibatkan juga sikap, konsep diri, dan pengaruh- pengaruh lain.
 - 3) Proses ini melibatkan juga proses perbandingan dan pembobotan yang kompleks terhadap macam-macam kebutuhan yang relatif penting, sikap tentang bagaimana menggunakan sumber keuangan yang terbatas untuk berbagai alternatif pembelian, dan sikap tentang kualitatif dari kebutuhan yang harus dipenuhi (Basu Swasta dan T Hani Handoko, 2000:107-108)
- b. Pencarian informasi Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Pencarian merupakan aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan.
- Sumber informasi konsumen terdiri atas empat kelompok, yaitu:

- 1) Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, kenalan

- 2) Sumber komersial meliputi iklan, tenaga penjual, pedagang perantara, pengemasan.
 - 3) Sumber umum meliputi media massa, organisasi ranting konsumen.
 - 4) Sumber pengalaman meliputi penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.
- c. Evaluasi alternatif Evaluasi alternatif merupakan proses di mana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen terdiri atas empat macam:
- 1) Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan
 - 2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk
 - 3) Konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dalam memuaskan kebutuhan.
 - 4) Konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda dalam memandang atribut- atribut yang dianggap relevan dan penting. Konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.(Philip Kotler,2000:252-253)
- d. Keputusan membeli Keputusan untuk membeli di sini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen mungkin juga akan membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya. Namun, ada faktor-faktor lain

yang ikut menentukan keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga. Bila konsumen menentukan keputusan untuk membeli konsumen akan menjumpai keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian, dan cara pembayarannya.

- e. Perilaku setelah pembelian Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Setelah pembelian produk terjadi, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli dengan produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya ada dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen. Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang. Kedua, ia akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa ia memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurang.

3. Keputusan Berkunjung Dalam Persepektif Islam

Berdasarkan kajian islam, Allah melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktifitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan yang buruk(Kanzul,2016). Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan berdasarkan Q.S. Al-Maidah:100, yaitu:

الْخَبِيثَاتُ كَثْرَةُ أَعْجَبَكَ وَلَوْ وَالطَّيِّبُ الْخَبِيثُ يَسْتَوِي لَا تُلْ
تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ الْأَلْبَابِ أُولِي يَا اللَّهُ فَاتَّقُوا

Artinya: Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan". (Kanzul, 2016) Prefensi pada apa yang disebut dengan thayyib (baik) dan yang halal dengan dihadapkan pada suatu khabith (jelek) serta haram adalah salah satu cara yang dianggap sangat baik untuk pengambilan keputusan yang sehat dan bijak.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikanya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian berkelanjutan bebas

dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tijiptono,2004:2)

Gavin dan Davis (Nasution,2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Zeithamal dan Bither (Arif,2007:120), mengemukakan arti kualitas jasa atau pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau yang sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan. Wyckof (Arief,2007:118), mengemukakan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (Arief,2007:118), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1991) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan Antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterima. Dengan kata lain apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka tidak bisa dikatakan kualitas pelayanannya baik.

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, Gronroos (1990) mendefinisikan pelayanan (service) sebagai suatu aktivitas atau rangkaian aktivitas, terjadi interaksi dengan seseorang atau mesin secara fisik dan penyediaan kepuasan pelanggan.

Pelayanan (service) adalah sesuatu manfaat yang bersifat intangible, yang dibayar langsung atau tidak langsung dan biasanya meliputi komponen fisik besar atau kecil atau teknikal (Lehtinen dan Andressen, tt; Gronroos, 1990)

Pengertian kualitas pelayanan menurut J. Supranto (2006:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Menurut Sampara (1999) dalam Hardiyansyah (2011:35), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik.

menurut Ibrahim (2008:22) dalam Hardiyansyah (2011:40), kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadi pemberian pelayanan publik tersebut.

Menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian

pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Berdasarkan definisi di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberi kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang pantas dan sesuai dengan norma sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2001:148), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan atau jasa diantaranya adalah:

- a. Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

- c. Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan Dalam Persepektif Islam

(Menurut Maurice, 2017) konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Didukung dengan Al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 267:

مَنْ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفِقُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ أُيْهَآ
فِيهِ تُغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِأَخْذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَتِمَّمُوا وَلَا الْأَرْضِ
حَمِيدٌ عَلَى اللَّهِ أَنْ وَأَعْلَمُوا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

(Mauruce,2017) dimensi bukti langsung dapat berupa fasilitas fisik seperti Gedung, ruangan yang nyaman dan sarana perasana yang lain. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik sebaiknya tidak menunjukkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 26

وَرِيشًا سَوَاتِكُمْ يُوَارِي لِبَاسًا عَلَيْكُمْ أَنْزَلْنَا قَدْ آدَمَ بَنِي يَآ
الذَّفَوَى وَلِبَاسُ

يَذْكُرُونَ لَعَلَّهُمْ اللَّهُ آيَاتِ مِنْ ذَلِكَ َ خَيْرُ ذَلِكَ

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan.

Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”.

(Maurice,2017) dimensi daya tangkap berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Kecepatan/ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung

Untuk mendukung keputusan berkunjung, maka salah satu usaha yang dilakukan oleh setiap tempat wisata khususnya tempat wisata yang bergerak dibidang edukasi sangat perlu menekankan kualitas pelayanan.(dalam Maurice,2017)Selain sebagai elemen penting, kualitas juga memiliki pengaruh lain. Ada alasan lain tentang kualitas Menurut (Heizar,2005:254) yaitu sebagai reputasi perusahaan, kendala produk dan keterlibatan global. Sedangkan secara umum kualitas pelayanan dapat dilihat dari kepuasan pengunjung yang berada ditempat wisata edukasi khususnya museum tubuh. Collier (Yamit, 2001:22) mengemukakan pelayanan terbaik pada pelanggan (excellent) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan pelanggan (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan system kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya, dan keuntungan).

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada keputusan berkunjung dan kenyataan yang dihadapi pengunjung saat berada di museum tubuh. Oleh

karena itu peneliti menggunakan kualitas pelayanan menurut Parasuraman karena simple dan populasi serta dapat digunakan untuk mengevaluasi. Jika pengunjung menerima pelayanan yang sesuai harapan maka pengunjung akan mengatakan pelayanan sangat berkualitas. Namun sebaliknya jika pengunjung menerima pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa bahwa pelayanan yang diberikan kurang berkualitas.

Berdasarkan paparan diatas bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang dan diperkuat dengan penelitian dari Alvira dan Widiartono dengan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial kepuasan pengunjung dimana ketika bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat besar (Alvira dan Widiartanto, Jurnal Administrasi Bisnis).

Penelitian yang dilakukan oleh H Elrado, dkk (2014) yang berjudul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima indikator yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Meningkatkan kualitas pelayanan pada The Bagong Adventure Museum Tubuh Jawa Timur Park 1, maka perlu diadakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas yang diberikan sudah sesuai apa belum menurut pelanggan atau pengunjung. Sehingga disini peneliti melakukan sebuah penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa timur park 1

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diujikan secara empiris Maurice (dalam suryabrata, 2004: 21).

Ha : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.

Ho : Tidak ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif yang berangkat dari persoalan-persoalan umum ke khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya (Masyhuri dan Zainuddin, 2008:12).

Menurut Arikunto (2006:12) pendekatan kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Menurut Azwar (2011:5) pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data-data angka yang diolah menggunakan metode statistika.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada museum tubuh.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variable penelitian adalah objek dalam penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian (Arikunto, 2006:10). Dalam penelitian ini menggunakan dua variable, variable bebas (X) adalah variable yang mempengaruhi variable lain dan variabel terikat (Y) adalah variable yang dapat dipengaruhi oleh variable bebas. Variable yang dipakai dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel bebas : variable yang menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya perubahan pada variable terikat. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X).
2. Variabel Terikat : Variabel yang dipengaruhi oleh variable bebas. Variable terikat pada penelitian ini yaitu keputusan berkunjung (Y).

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Secara operasional, variable dalam penelitian ini masing-masing didefinisikan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberi kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang pantas dan sesuai dengan norma sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala kualitas pelayanan dengan beberapa aspek yang berkaitan yaitu:

- a. Bukti fisik
- b. Kehandalan
- c. Ketanggapan
- d. Empati
- e. Jaminan dan kepastian

2. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai

kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala keputusan berkunjung yaitu:

- a. Pengenalan Kebutuhan
- b. Pencarian Informasi
- c. Evaluasi Alternatif
- d. Pembelian
- e. Prilaku Pasca Pembelian

D. Subjek Penelitian (Populasi dan Sampel)

1 Populasi

Menurut Prasetyo (2012) populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti. Latipun (2008:41) berpendapat populasi adalah keseluruhan individu tau objek yang diteliti, dan memiliki beberapa karakteristik yang sama. Sedangkan menurut Azwar (2011:77) populasi adalah kelompok sabyek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Museum Tubuh The Bagong Adventure Kawa Timur Park 1 dalam sehari terdapat 300 dan paling sedikit 200.

2 Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2006). Sedangkan menurut latipun (2008:43) sample adalah bagian dari populasi yang hendak diteliti.

Dalam penelitian ini, sampel yang diambil menggunakan probability sampling, setiap subyek dalam populasi harus memiliki peluang yang besarnya sudah diketahui untuk terpilih menjadi sample, di antara cara-cara pengambilan sampel probabilitas, dikenal cara random (Saifudin Azwar 2011:80-81). Dan di penelitian ini probability sampling di tujukan kepada pengunjung Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. Dengan terbatasnya waktu peneliti, mengambil sample hanya beberapa dari pengunjung Museum Bagong untuk dijadikan sample. Penentuan besaran sampel menggunakan table jumlah sample berdasarkan populasi oleh Krejcie dan Morgan (1970) dalam Uma Sekaran (1992), sehingga ditentukan jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1. Tabel for Determining Sample Size from a Given Population

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327

60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Pada table diatas, sampel yang digunakan 132 sehingga dalam penelitian ini jumlah responden mengikuti banyak sample yang tercantum pada table tersebut.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara pengambilan data atau biasa disebut dengan instrumen. Instrument dalam penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Arikunto, (2006) menyatakan bahwa instrument pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode angket dan observasi.

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif non eksperimental dan penyebaran angketnya

menggunakan random sampling yang mana subyek dicari dengan cara random tanpa ada kelompok khusus seperti jenis kelamin, umur dan pekerjaan.

1) Angket

Angket adalah sejumlah pernyataan tertulis yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari responden yaitu meliputi hal hal lain yang ia ketahui. Dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah model angket tertutup yaitu daftar pernyataan dan pertanyaan harus dijawab oleh subjek peneliti. Angket ini meneliti 2 variabel, yaitu kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung pada pengunjung The Bagong Adventure Museum tubuh.

F. Validitas dan Reliabilitas

a) Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2011:5). Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan tujuan yang dilakukannya pengukuran tersebut, namun jika tes tersebut menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dapat dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Azwar, 2011:6).

Azwar (2007) Penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi sesuai dengan lapangan penelitian. Suatu aitem dapat dikatakan valid jika $r \geq 0,03$

namun jika batas kriteria tersebut tidak memenuhi aitem minimal, maka dapat diturunkan sedikit menjadi 0,25.

Tabel . Validitas Keputusan Berkunjung dan Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	132	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	132	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

b) Reabilitas

Reabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability yang mempunyai asal kata rely dan ability. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti kepercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhnya hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2011:4).

Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas skala dalam penelitian ini adalah Teknik analisis varians dari Alpha Crombach, alasan digunakan formula Alpha Crombach adalah karena hasil reliabilitas yang diperoleh dapat lebih cermat dan mendekati hasil sebenarnya (Azwar, 2011:75), dan dibantu dengan Statistical Product and Service Solution (SPSS) 16 for windows.

Tabel . Reabilitas Keputusan Berkunjung dan Kualitas Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
(X)	.936	20
(Y)	.923	20

G. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam mengukur pengaruh Antara variable-variable dalam penelitian, penggalan data pada penelitian ini berupa kuesioner atau angket yaitu berupa daftar pertanyaan yang dibagi kepada para responden dan dalam pengisiannya dipandu oleh peneliti. Dengan menggunakan skala likert yang disusun dalam pertanyaan favourable yang harus di respon sunyek berdasarkan 5 katagori jawaban yang telah disediakan yaitu SS (Sangat Setuju) skor 4, S (Setuju) skor 3, , TS (Tidak Setuju) skor 2, STS (Sangat Tidak Setuju) skor 1.

Tabel 2. Pemberian Nilai Skala Respon (Skala Likert)

Favourabel	Bobot
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

1.Blue Print Penelitian

a. Varabel Kualitas Pelayanan

Skala Kualitas Pelayanan dari Parasuraman (dalam Lupiyoadi 2001:148) skala ini terdiri dari aspek-aspek meliputi: Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian, Empati.

Tabel 3. Blue Print Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Aspek	Indikator	Item Valid	Item Gugur	Jumlah
	Kualitas Pelayanan	Bentuk Fisik	1. Kelengkapan fasilitas fisik 2. Alat Peraga 3. Penampilan fisik 4. Sarana komunikasi	1, 2 ,3 ,4 ,5 ,6 , 7,		7
		Kehandala n	1. Memberikan pelayanan yang dijanjikan 2. Memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada kesalahan	8, 9, 10		3
		Ketanggap an	1. Kesigapan dan ketulusan dalam melayani konsumen 2. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan	11, 12, 13, 14		4
		Jaminan dan kepastian	1. Pengetahuan 2. Kesopanan 3. Keamanan	15, 16, 17		3
		Empati	1. Mengenali karakter konsumen	18, 19, 20		3
Jumlah						20

Dari hasil penelitian skala kualitas pelayanan, diperoleh aitem yang memenuhi standar validitas 0.3 (Azwar,2007) sebanyak 20 aitem.

b. Variabel Keputusan Berkunjung

Skala keputusan Berkunjung dari Mc Daniel (2001:189), skala ini terdiri dari aspek-aspek yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian, perilaku pasca pembelian.

Tabel 4. Skala Keputusan Berkunjung

No	Variabel	Aspek	Indikator	No. Item Valid	No. Item Gugur	Jumlah
1.	Keputusan berkunjung	Pengenalan kebutuhan	1. Rangsangan internal 2. Rangsangan eksternal	21, 22, 23, 24		4
		Pencarian informasi	1. Sumber pribadi seperti keluarga dan teman 2. Sumber public seperti iklan, media dan internet	25, 26		2
		Evaluasi alternatif	1. Manfaat	28, 29,30		3
		Pembelian	1. Harga yang ditawarkan 2. Kualitas yang diberikan	31, 32, 33,34, 35		5
		Perilaku pasca pembelian	1. Kepuasan yang diberikan	36, 37, 38,39, 40		5
Jumlah						20

Dari hasil penelitian skala keputusan berkunjung, diperoleh aitem yang memenuhi standar validitas 0,3 (Azwar, 2007) sebanyak 20 aitem.

H. Model Analisis Data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu melalui statistika deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data atau

menggambarkan data yang telah terkumpul dengan penyajian data berupa tabel, grafik, diagram, persentasi, frekuensi, perhitungan mean, median dan modus.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan *Microsoft Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 16 for windows*. Adapun tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui distribusi variabel, baik variabel terikat maupun variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model korelasi dikatakan baik apabila yang berdistribusi normal. Skor signifikan dari hasil uji kolmogrov-Smirnov > 0.05 yang artinya asumsi normalitas terpenuhi. Adapun pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 for windows.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05.

c. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi bertujuan untuk memaparkan data hasil penelitian. Data mentah yang sudah diperoleh dianalisis dalam beberapa tahap sebagai berikut ini.

a) Mean Hipotetik

mencari nilai mean hipotetik dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini.

$$M = \frac{1}{2} (i \text{ Max} + i \text{ Min}) \times \sum \text{aitem}$$

keterangan:

M : mean hipotetik

i Max : skor tertinggi aitem

i Min : skor terendah aitem

$\sum$ aitem : jumlah aitem dalam skala

b) Standar Deviasi

setelah nilai mean diketahui, langkah selanjutnya yaitu mencari standar deviasi (SD), adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut ini

$$SD = 1/6 (i \text{ Max} - i \text{ Min})$$

Keterangan:

SD : Standar Deviasi

i Max : Skor tertinggi subyek

i Min : Skor terendah subyek

c) Kategorisasi

Tabel 5. Rumus Kategorisasi

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	$X > (M + 1 \text{ SD})$
2	Sedang	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1 \text{ SD})$
3	Rendah	$X < (M - 1 \text{ SD})$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 yang terletak di Jalan Kartika No.2, Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu Jawa Timur. Museum tubuh merupakan salah satu tempat wisata yang tergabung dalam Jawa Timur Park Group. Tempat wisata ini dibuka sejak tanggal 20 Desember 2014 dan merupakan museum tubuh manusia pertama yang ada di negara Indonesia. Museum ini dibangun di lokasi yang memiliki luas kurang lebih 3,5 hektar yang mana bangunan utamanya dibentuk menyerupai karakter Bagong. Bangunan ini terdiri dari 6 lantai, sasaran utama museum tubuh ini adalah menjadikan sebuah destinasi wisata yang tidak hanya menyediakan sarana rekreasi akan tetapi juga sebagai sarana pembelajaran mengenai anatomi tubuh manusia. The Bagong Adventure dilengkapi dengan fasilitas multimedia yang modern yang mana terbagi kedalam 13 zona yaitu zona otak, mulut, gigi-telinga, hidung, mata, paru-paru, jantung, hati, usus besar, usus halus, lambung, pembuluh darah, dan tulang.

2. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di area Museum Tubuh The Bagong Adventure yang dimulai tanggal 03 Juli 2018 sampai dengan tanggal 16

juli 2018 pada pengunjung Museum The Bagong Adventure. Adapun pelaksanaan ini dilakukan saat pengunjung sedang istirahat dengan cara membagikan instrument penelitian secara sukarela.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Kategorisasi

a. Kualitas Pelayanan

1) Mencari Mean Hipotetik

Nilai mean dan standar deviasi variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mean Hipotetik Variabel Kualitas Pelayanan

$$\mu = (1/2) (i \text{ Max} + i \text{ Min}) \times \sum A_{\text{item}}$$

$$\mu = (1/2) (4+1) \times 20$$

$$\mu = (1/2) 100$$

$$\mu = 50$$

Standar Deviasi Variabel Kualitas Pelayanan

$$\sigma = (1/6) (\sum \text{Max} - \sum \text{Min})$$

$$\sigma = (1/6) (80-20)$$

$$\sigma = (1/6) 60$$

$$\sigma = 10$$

Tabel 6. Mean dan Standar Deviasi Kualitas Pelayanan

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Kualitas Pelayanan	50	10

Berdasarkan standar deviasi dan juga mean yang ada di table atas, maka dapat di peroleh masing-masing penilaian kategorisasi sebagai berikut:

Perhitungan Kategorisasi Norma

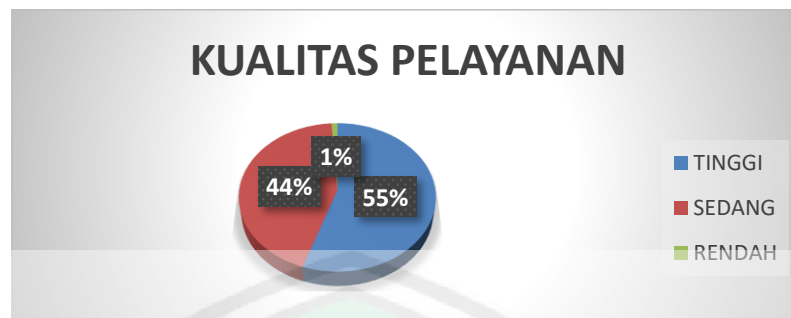
Tinggi	$= X > (M + 1SD)$ $= X > (50+10)$ $= X > 60$
Sedang	$= (M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$ $= (60-10) \leq X \leq (50+10)$ $= (50) \leq X \leq (60)$
Rendah	$= X < (M-1SD)$ $= X < (50-10)$ $= X < 40$

Tabel 7. Kategorisasi Tingkat Kualitas Pelayanan

Kategori	Rumus
Tinggi	$x > (60)$
Sedang	$(40) \leq x \leq (60)$
Rendah	$x < (40)$

Tabel 8. Hasil Prosentase Kualitas Pelayanan

Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	72	55%
Sedang	57	54%
Rendah	3	1%



Gambar 1. Diagram Tingkat Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, hasil yang diperoleh yaitu 55% pengunjung yang berpendapat bahwasanya Museum Tubuh memberikan pelayanan yang baik, jumlah ini termasuk dalam kategori yang tinggi dengan kuantitas sebanyak 72 pengunjung, sedangkan 44% pengunjung berada dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 57 pengunjung dan hanya 1% pengunjung yang memilih kualitas pelayanan di Museum Tubuh kurang baik, jumlah ini berada dalam kategori rendah dengan frekuensi sebanyak 3 pengunjung. Hasil diatas menunjukkan bahwasanya Museum Tubuh The Bagong Adventure memiliki kualitas pelayanan yang baik menurut sebagian besar pengunjung, dimana hal ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan di Museum Tubuh The Bagong Adventure masuk dalam kategori tinggi.

b. Keputusan Berkunjung

1) Mencari Mean Hipotetik

Nilai mean dan standar deviasi variabel keputusan berkunjung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mean Hipotetik Variabel Keputusan Berkunjung

$$\mu = (1/2) (i \text{ Max} + i \text{ Min}) \times \sum A_{\text{item}}$$

$$\mu = (1/2) (4+1) \times 20$$

$$\mu = (1/2) 100$$

$$\mu = 50$$

Standar Deviasi Variabel Keputusan Berkunjung

$$\sigma = (1/6) (\sum \text{Max} - \sum \text{Min})$$

$$\sigma = (1/6)(80-20)$$

$$\sigma = (1/6) 60$$

$$\sigma = 10$$

Tabel 9. Mean dan Standar Deviasi Keputusan Berkunjung

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Keputusan Berkunjung	50	10

Berdasarkan standar deviasi dan juga mean yang ada di table atas, maka dapat di peroleh masing-masing penilaian kategorisasi sebagai berikut:

Perhitungan Kategorisasi Norma

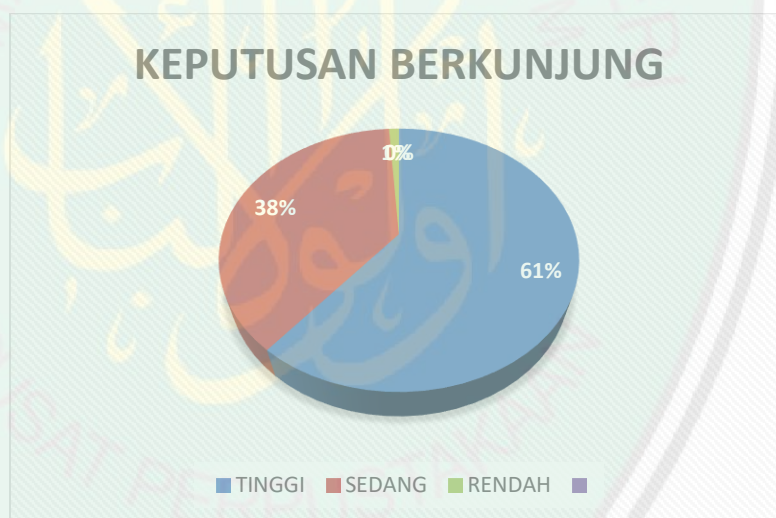
Tinggi	$= X > (M + 1SD)$ $= X > (50+10)$ $= X > 60$
Sedang	$= (M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$ $= (60-10) \leq X \leq (50+10)$ $= (50) \leq X \leq (60)$
Rendah	$= X < (M-1SD)$ $= X < (50-10)$ $= X < 40$

Tabel 10. Kategorisasi Tingkat Keputusan Berkunjung

Kategori	Rumus
Tinggi	$x > (60)$
Sedang	$(40) \leq x \leq (60)$
Rendah	$x < (40)$

Tabel 11. Hasil Prosentase Keputusan Berkunjung

Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	80	61%
Sedang	50	38%
Rendah	2	1%



Gambar 2. Diagram Tingkat Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis data di atas, hasil yang diperoleh yaitu 61% pengunjung yang masuk pada kategori tinggi dalam hal keputusan berkunjung atau berjumlah sebanyak 80 pengunjung, 38% pengunjung dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 50 pengunjung dan 1% pengunjung dalam

kategori rendah atau sebanyak 2 pengunjung. Hasil diatas menunjukan bahwasanya sebagian besar pengunjung berada dalam kategori tinggi untuk mengunjungi atau memilih Museum Tubuh The Bagong Adventure sebagai tujuan destinasi wisata.

1. Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa yang telah dilakukan guna membuktikan dan menjawab hipotesis yang telah diajukan pada bab sebelumnya yang menyatakan bahwa “ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada Museum Tubuh The Bagong Adventure”.

Sebelum melakukan analisis, peneliti melakukan uji asumsi terlebih dahulu untuk menentukan Teknik korelasi. Uji saumsi sebagai berikut:

a. Uji Normalitas Data.

Peneliti menggunakan metode one Psample kolmogrov-sminov test untuk membuktikan normalitas sebaran data. Taraf signifikan yang digunakan oleh peneliti adalah 5% artinya bila $p > 0,05$ berarti data normal dan sebaliknya, bila $p < 0,05$ berarti data tidak normal. Hasil uji normalitas (kolmogrov-sminov test) adalah:

Tabel 12. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	.023	.005
------------------------	------	------

Berdasarkan table diatas menunjukan bahwa hasil uji normalitas tersebut diperoleh nilai signifikan sig. (p) kualitas pelayanan sebesar $0,023 < 0,05$ yang berarti terjadi gangguan asumsi normalitas atau tidak berdistribusi normal dan

nilai sig. (p) keputusan berkunjung adalah sebesar $0,005 < 0,05$ yang berarti terjadi gangguan asumsi normalitas atau tidak berdistribusi normal. Menurut Wahyu (2012) bahwa jika nilai ($p < 0,05$) maka memilih untuk tidak melakukan apa-apa, alias melanjutkan uji yang kita tetapkan.

b. Uji Linieritas.

Taraf signifikan yang dipakai oleh peneliti adalah 5% artinya $p < 0,05$ berarti data linier dan sebaliknya, bila $p > 0,05$ berarti data tidak linier. Hasil uji linier diperoleh nilai F sebesar 367.141 dan nilai (p) sebesar 0,000. Dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $p < 0,05$ berarti data linier dan didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di museum bagong. Hasil uji linieritas yaitu:

Tabel 13. Hasil Uji Linieritas

Nilai Signifikasi	Nilai F	Status
.000	367.141	Linier

c. Uji Regresi Linier

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linier

Pengaruh Variabel	R Square	Sig.
X terhadap Y	.695	.000

Varibael X mempengaruhi variable Y sebesar 69.5% R Square merupakan koefisien dererminasi yang digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variable bebas terhadap variable terikat. Analisis dari hasil output diatas hasil R2 (koefisiensi determinasi) sebesar 0,695. Artinya bahwa 69.5% variable keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variable bebasnya, yaitu kualitas pelayanan dan pengaruh dua variabel tersebut dapat

dibidang berpengaruh secara signifikan karena dilihat dari nilai sig. nya $0.000 < 0,05$ karena secara hukum statistik = ($P < 0,05$). Sehingga penelitian kedua variabel dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan.

C. Analisis Data

Hasil penelitian yang telah dilakukan mulai tanggal 03 Juli 2018 sampai dengan tanggal 16 Juli 2018 pada pengunjung Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 telah berjalan lancar sesuai dengan instrument yang telah direncanakan. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode kuesioner sebagai alat penggalan data dan sample populasi 132 pengunjung Museum Tubuh. Penelitian menggunakan kuisisioner ini telah cukup memberi jawaban terhadap rumusan masalah yang telah diajukan pada bab sebelumnya serta membuktikan hipotesis yang diduga sebagai jawaban sementara sebelum penelitian.

1. Tingkat Kualitas Pelayanan Museum

Berdasarkan hasil analisis tingkat kualitas pelayanan museum yang telah dilakukan di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 dengan kategori tinggi, sedang dan rendah diperoleh tingkat kualitas pelayanan mayoritas berada pada taraf tinggi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pada kategori tingkat tinggi yaitu sebanyak 72 pengunjung atau dengan prosentase 55%. Kategori tingkat sedang berjumlah 57 pengunjung atau dengan prosentase 44%. Sedangkan kategori tingkat rendah berjumlah 3 pengujung atau dengan prosentase 1%.

Hasil paparan Analisa data diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 memiliki

tingkat kualitas pelayanan yang bervariasi, dari 132 pengunjung yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas pengunjung Museum Bagong berpendapat bahwa kualitas pelayanan masuk dalam kategori tinggi. Hanya beberapa pengunjung saja yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Museum Bagong berada pada tingkat sedang dan rendah.

Adapun definisi kualitas pelayanan menurut Zeithamal dan Bither (Arif,2007:120), mengemukakan arti kualitas jasa atau pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau yang sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan. Wyckof (Arief,2007:118), mengemukakan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman ada beberapa dimensi yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh karyawan agar biasa dikatakan kualitas pelayanannya baik harus memenuhi 5 dimensi ini yaitu : Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang

tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Museum Bagong mengatakan tingkat kualitas pelayanan pada kategori tinggi dengan prosentase sebesar 55% yang dimaksud tinggi yaitu terpenuhinya aspek kualitas pelayanan yaitu:

- a. bentuk fisik yang dimaksud adalah peralatan dan fasilitas wahana dalam kategori baik atau layak digunakan.
- b. kehandalan disini diartikan lebih mengarah kepada kualitas kinerja karyawan dalam melayani pengunjung yang datang.
- c. ketanggapan yang dimaksud adalah seberapa tanggap karyawan dalam melaksanakan tugasnya disetiap zona masing-masing.
- d. jaminan dan kepastian disini diartikan sebagai jaminan suatu pelayanan yang dijanjikan sesuai dengan realita atau kenyatannya dilapangan.
- e. Empati yang dimaksud disini lebih mengarah kepada karyawan dalam memberi perhatian atau peka terhadap pengunjung yang sedang membutuhkan pertolongan contohnya ketika pengunjung ada yang sedang sakit dan membutuhkan obat. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 merasa puas dengan

pelayanan yang diberi oleh pihak Museum. Data tersebut diatas didapatkan dari hasil angket.

2. Tingkat Keputusan Berkunjung

Berdasarkan analisis data pada tingkat keputusan berkunjung di Museum Bagong yang telah dilakukan di Museum The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 dengan kategori tinggi, sedang dan rendah. Kategori tangkatan keputusan berkunjung dipenelitian ini masuk pada tingkat tinggi diperoleh sebanyak 80 pengunjung dengan prosentase 66%. Kategori tingkat sedang berjumlah 50 pengunjung atau dengan prosentase 38%. Dan pada kategori rendah adalalah 2 pengunjung dengan prosentase 1%.

Paparan data diatas, dapat diketahui bahwa tingkat keputusan berkunjung pada museum bagong masuk dalam kategori tinggi dimana itu biasa diartikan banyaknya pengunjung yang memilih mengunjungi museum bagong sebagai destinasi wisata, dari 132 pengunjung yang telah berpasipasi dalam penelitian ini, terdapat 80 penjung dengan prosentase 66% yang memiliki tingkat kategori tinggi pada keputusan berkunjung.

Keputusan berkunjung pada dasarnya dapat dtiterangkan dengan teori Kotler (2009) tentang keputusan membeli yaitu: “beberapa tahapan yangdilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk” karena (Menurut Wandari, Kumadji dan Kusumawati) dalam dunia pariwisata teori keputusan pembelian dapat diartikan sama dengan keputusan berkunjung. Beberapa faktor menurut (Mc Daniel, 2001:189), Pengenalan masalah Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah

atau kebutuhan. Pengenalan kebutuhan ini ditujukan untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan. Pencarian informasi Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Evaluasi alternatif Evaluasi alternatif merupakan proses di mana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan membeli Keputusan untuk membeli di sini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen mungkin juga akan membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya. Perilaku setelah pembelian Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas tingkat kategori keputusan berkunjung dimuseum tubuh tinggi dengan skor 66% yang dimaksud tinggi yaitu terpenuhinya aspek keputusan berkunjung yaitu :

- a. Pengenalan kebutuhan yang dimaksud adalah manfaat yang dibutuhkan oleh pengunjung saat mengunjungi tempat wisata seperti mendapat pengetahuan dan pengalaman dalam berwisata.
- b. pencarian informasi disini diartikan bagaimana cara mendapatkan informasi tentang tempat wisata melalui 2 hal yaitu melalui internal dan eksternal.
- c. evaluasi alternative yang dimaksud disini adalah bukan hanya sebagai tempat wisata namun juga bisa digunakan tempat belajar

- d. pembelian yang dimaksud disini lebih mengarah kepada harga tiket museum sebagai pembanding dari tempat wisata lainya dan sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang didapat dengan harga yang sesuai.
- e. perilaku pasca pembelian disini lebih mengarah pada kepuasan yang didapatkan dari tempat wisata edukasi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Museum Bagong banyak yang memilih berwisata di museum dibandingkan tempat wisata lain di malang. Data tersebut diatas didapatkan dari hasil penelitian dan angket yang disebar.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi untuk mencari pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 didapatkan hasil dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini adalah “terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1” diterima (H1).

Sedangkan data yang telah didapat, bahwasanya koefisien determinasi didapat sebesar 0,695 yang artinya bahwa 69.5% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan. Adapun diperoleh angka sebesar 30.5% variabel keputusan berkunjung

akan dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang bukan merupakan fokus pembahasan dalam penelitian ini.

Hasil yang signifikan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung yang telah dipaparkan sebelumnya diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh H Elrado, dkk (2014) yang berjudul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima indikator yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang baik atau berkualitas maka itu akan membuat pengunjung puas dengan apa yang didapatkannya. Dan juga adanya fasilitas yang baik juga akan membuat pengunjung merasa bahagia dan puas jadi kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam hal usaha ataupun tempat wisata.

Disamping pemaparan diatas bahwa kualitas pelayan tidak selalu menjadi dasar seseorang dalam menentukan keputusan berkunjung ke suatu tempat ataupun pemilihan jasa. Hal tersebut didukung dengan penelitian mengenai strategi promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Riezky Dhrammana A., 2014; 9) bahwa teknik pemasaran (*marketing*) yang baik mampu mempengaruhi keputusan wisatawan dalam menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi dengan koefisien sebesar 60,3%. Berdasarkan angka tersebut maka penyedia layanan ataupun jasa dengan strategi pemasaran yang baik dapat memberikan informasi mengenai layanan ataupun jasa yang ditawarkan kepada para

konsumen sehingga mendorong mereka untuk menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut (Jurnal Ilmu & Riset Manajemen vol. 3, 2014; 5).

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menjadi faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang ataupun wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Dalam dunia bisnis dan pariwisata dikenal sebuah istilah *electronic word of mouth* yaitu pernyataan positif atau negatif yang dilontarkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa menggunakan internet. Bentuk komunikasi seperti ini bahkan mampu mengubah persepsi seseorang terhadap suatu perusahaan atau tempat wisata sehingga berpengaruh pada pengambilan keputusan berkunjung, hal ini disebabkan karena konsumen cenderung akan menerima saran-saran dari kerabat, saudara, ataupun kolega berdasarkan kredibilitas diantara mereka pada membicarakan suatu produk ataupun jasa (Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 37, 2016:3).

Dewasa ini persaingan dan kompetisi antar penyedia layanan jasa ataupun pariwisata semakin tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan saling berbenahnya seluruh penyedia layanan mulai dari fasilitas, pelayanan, sampai pada *branding* produk yang beberapa saat terakhir semakin inovatif. Simon Anholt (Molainen dan Rainisto, 2009:7) mengemukakan bahwa *branding* merupakan salah satu inovasi terbaru bagi seseorang ataupun perusahaan untuk memberikan merek pada produknya dengan

maksud mempermudah konsumen untuk mendapatkan informasi dan mengenali produk yang mereka sediakan.

Adapun kaitannya dengan keputusan berkunjung ialah dengan *branding* tersebut konsumen dapat dengan mudah memahami sesuatu yang dipasarkan, tidak hanya itu *branding* yang baik akan membuat konsumen tertarik karena mereka akan cenderung memilih untuk membeli ataupun berkunjung ke suatu tempat yang sudah memiliki label yang kuat sehingga akan menjadi kebanggaan tersendiri bagi konsumen apabila berkunjung atau menggunakan pelayanan dari perusahaan tersebut (Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 16, 2014: 2-3).

Berdasarkan hasil analisis data menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. Jadi, hipotesis yang diajukan dipenelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum, Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah kualitas pelayananan sangatlah penting karena biasa menjadi tolak ukur seseorang untuk berkunjung kesuatu tempat wisata maupun tempat-tempat lainnya.

- 1) Secara keseluruhan 55% pengunjung yang berada pada kategori tinggi, yang dimaksud tinggi adalah terpenuhinya 5 aspek kualitas pelayanan yaitu bentuk fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati .
- 2) Secara keseluruhan 61% pengunjung atau 80 pengunjung masuk dalam kategori keputusan berkunjung tinggi. Yang dimana sudah terpenuhinya 5 aspek keputusan berkunjung yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian, prilaku pasca pembelian.
- 3) Berdasarkan hasil analisis data ditemukan pengaruh kualitan pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengunjung

Bagi pengunjung yang akan melakukan perjalanan destinasi kesuatu tempat wisata, sebaiknya terlebih dahulu mencari informasi mengenai tempat wisata yang

cocok dengan selera dan harapan anda. Pengunjung harus memikirkan kualitas dan kuantitas suatu tempat wisata agar tidak terjadinya penyesalan ketika sudah mengunjungi tempat wisata tersebut. Salah satu caranya dalam menyeleksi suatu tempat wisata adalah dengan cara mencari web tentang tempat destinasi yang diinginkan, menanyakan saudara atau teman yang pernah mengunjungi tempat wisata tersebut.

2. Bagi Museum atau Jawa Timur Park Grup

Bagi pihak manajemen Museum diharapkan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan, karena pelayanan disuatu tempat wisata sangatlah penting bagi daya Tarik pengunjung untuk berkunjung kembali dan memperhatikan kondisi fasilitas yang ada. Hal penting bagi museum adalah kualitas pelayanan yang diberikan agar pengunjung tidak kecewa dan bagi karyawan harus lebih banyak senyum, ramah terhadap pengunjung yang datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengunjung museum, pada variable kualitas pelayanan menggunakan 20 aitem, sementara variable keputusan berkunjung menggunakan 20 aitem, jadi total dalam penelitian ini menggunakan 40 aitem. Sebagian pengunjung museum mengeluhkan banyaknya aitem yang harus di isi dalam kuesionernya, untuk peneliti selanjutnya diharapkan ini menjadi masukan agar pada penelitian selanjutnya lebih bisa meminimalkan jumlah aitem tanpa mengurangi kevalitan dan reabilitasnya.

- b) Diajukan juga melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dengan variable yang berbeda dan tempat yang berbeda agar lebih menambah pertimbangan bagi perusahaan ataupun tempat wisata lainnya. Karena semakin berbeda tempat atau variable penelitian yang digunakan maka akan semakin beragam pula hasil yang nantinya akan didapatkan oleh peneliti.



DAFTAR PUSTAKA

AdminWS, “*Pengertian Wisata Edukasi*”, 2016.

<https://wisatasekolah.com/pengertian-wisata-edukasi/> , diakses pada tanggal 11 November pukul 13:52.

Andreansyah Bhrammana Riezky, "*Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara*", Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol. 3 No. 6, 2014.

Arif,2007. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Presedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Azwar, Saifudin 2011. *Metode Penelitian*. Cet 12. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, Saifuddin. (2007). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Badan Pusat Statistik. (2016). Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Rinci Menurut Bulan dan Tempat Wisata di Kota Batu.

<https://batukota.bps.go.id/statictable/2018/04/05/142/jumlah-pengunjung-objek-wisata-dirinci-menurut-bulan-dan-tempat-wisata-di-kota-batu-2016.html>

Cordova Maurice, 2017. *Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Poliklinik Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*.

- Lupiyoadi 2001. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*. Salemba Jakarta
- Masyhuri, & Zainudin. 2008. *Metode Penelitian; Pendekatan Preaktis dan Aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Museum Tubuh Bagong Adventure, Wisata Edukasi di Batu,
<http://www.wisataterindah.net/museum-tubuh-bagong-adventure/> diakses
 pada tanggal 11 November pukul 13:57.
- Nasution, Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*.
 Bogor: Ghalia Indonesia.
- Normasari, Kumadji, & Kusumawati, Nisra. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6 No. 2 Desember 2013.
- Prasetio Ari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan”, *Management Analysis Journal* 1 (4) (2012).
- Rahmatin & Mahagangga, “Wisata Museum Berbasis Edutainment di Jawa Timur Park Kota Batu, Jawa Timur”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol.4 No 2, 2016.
- Samosir Zahara Zurni, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”, *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, No. 1, Juni 2005.
- Sancoko Bambang, “Pengaruh Remunerasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Jan-Apr 2010, hlm 43-51.
- Suwarduki Ratnaningrum Puspa, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung

(Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 37, No. 2, Agustus 2016.

Tjiptono, Fandy.2004. *Manajemen Jasa*. Penerbit:Andi Offset. Yogyakarta.

Wandari, Kumadji, dan Kusumawati, "*Pengaruh City Branding"Shining Batu" Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Batu Tahun 2014"* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 16 No. 1 November 2014.

<http://repository.uin-suska.ac.id/6210/3/BAB%20II.pdf> diakses pada tanggal 12 Novemberpukul 18:15.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Lampiran Skala Penelitian

IDENTITAS DIRI

Nama :

Usia :

PETUNJUK PENGISIAN

Anda diharapkan menjawab setiap pernyataan dalam skala ini sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran Anda yang sebenarnya dengan cara memilih:

STS : Bila Anda merasa **sangat tidak setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda merasa **tidak setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa **setuju** dengan pernyataan tersebut

SS : Bila Anda merasa **sangat setuju** dengan pernyataan tersebut

Berikan tanda centang(✓) pada kolom jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan diri Anda.

NO	ITEM	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya di museum tubuh menyediakan fasilitas yang baru				
2	Tempat wisata ini memiliki fasilitas yang lengkap				
3	Saya menyukai tempat wisata ini karena mempunyai wahana yang banyak				
4	Tempat wisata yang baik adalah yang mempunyai alat peraga di setiap wahananya				
5	Saya pergi ke tempat wisata yang alat peraganya baru				
6	Menurut saya museum tubuh menyediakan sarana informasi yang lengkap untuk memudahkan pengunjung				
7	Pengunjung dapat berwisata walaupun tidak disertai karyawan atau guide wisata				
NO	ITEM	STS	TS	S	SS
8	Menurut saya pelayanan yang diberikan museum tubuh sudah sesuai dengan harapan				

9	Museum tubuh menawarkan pelayanan yang baik bagi pengunjung				
10	Saya sangat senang mendapat karyawan yang memberikan petunjuk dengan baik disuatu wahana				
11	Karyawan di museum tubuh ini sigap jika mendapat pengunjung yang kebingungan				
12	Menurut saya karyawan museum tubuh sangat tulus dalam melayani pengunjung				
13	Museum tubuh merupakan satu-satunya tempat yang menyampaikan seputar anatomi manusia				
14	Saya memilih pergi ke museum tubuh karena menyediakan banyak jalur evakuasi				
15	Tugas karyawan menjaga setiap wahana dan memberikan penjelasan bagi pengunjung				
16	Saya menyukai karyawan yang menyapa dan tersenyum kepada pengunjung				
17	Menurut saya karyawan di museum tubuh menjaga pengunjung dengan baik				
18	Menurut saya karyawan museum tubuh biasa mengenali karakter konsumen				
19	Saya menyukai karyawan museum tubuh yang peduli dengan pengunjung				
20	Menurut saya museum tubuh memiliki karyawan yang baik				
21	Menurut saya museum tubuh cocok untuk dijadikan tempat rekreasi anak-anak				
22	Menurut saya berkunjung ke museum tubuh dibutuhkan saat ingin mempelajari anatomi manusia				
23	Berkunjung ke museum tubuh the bagong adventure untuk menambah ilmu				
24	Menurut saya berkunjung ke museum tubuh baik untuk mengisi waktu libur				
NO	ITEM	STS	TS	S	SS
25	Berkunjung ke museum tubuh the bagong adventure atas rekomendasi teman				
26	Saya mengetahui museum tubuh the bagong adventure setelah melihat iklan				
27	Berkunjung ke museum tubuh the bagong adventure atas informasi yang didapat melalui internet				
28	Saya berkunjung ke museum tubuh karena didalamnya bukan hanya permainan tetapi banyak memberikan wawasan				
29	Menurut saya setelah berkunjung ke museum tubuh saya mendapat banyak manfaat salah satunya pengetahuan anatomi manusia				
30	Museum tubuh ini menjadi alternatif lain untuk pembelajaran				
31	Saya memutuskan memilih berkunjung di museum tubuh the bagong adventure setelah mengetahui kelebihan dari segi harga dan fasilitas dari tempat wisata lain di Malang				

32	Saya membeli museum tubuh ini berdasarkan harga murah				
33	Saya mengunjungi museum tubuh ini karena ilmu yang diberikan lengkap				
34	Saya mengunjungi museum tubuh ini sebagai pilihan yang tepat dalam wisata edukasi				
35	Wisata edukasi di museum tubuh ini merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya				
36	Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke museum tubuh the bagong adventure				
37	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman dan orang lain tentang keunggulan museum tubuh the bagong adventure				
38	Saya merasa puas dengan ilmu yang didapatkan di museum				
39	Menurut saya museum tubuh the bagong adventure memberikan pengalaman yang baru dalam mempelajari onotmi manusia				
40	Saya merasa puas biasa berkunjung ke museum tubuh the bagong adventure				

Lampiran 2. Lampiran Hasil Input Data Penelitian

1. Data Variabel Kualitas Pelayanan

1	Usia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL
2	22	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	4	3	60
3	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	58
4	22	3	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	68
5	22	2	2	1	4	2	3	4	3	3	3	3	2	1	2	4	4	3	1	3	3	53
6	18	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	63
7	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
8	21	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	66
9	22	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	56
10	22	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
11	22	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	65
12	23	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
13	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
14	22	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	67
15	23	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
16	20	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	59
17	20	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	4	3	3	2	3	2	56
18	20	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	57
19	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	59
20	21	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	75
21	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
22	17	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	67
23	21	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	56
24	20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	55
25	25	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	70
26	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
27	21	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	60
28	22	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	52
29	22	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	59
30	23	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	64
31	22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	62
32	21	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	66
33	24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	63
34	22	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3	61
35	22	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
36	22	2	1	1	4	1	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	2	55
37	22	3	3	4	3	2	2	4	1	3	2	2	3	4	2	1	3	3	3	4	3	55
38	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	59
39	22	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	56
40	20	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
41	22	3	1	1	4	3	3	2	1	1	4	1	1	3	1	3	4	1	1	1	1	40
42	21	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	64
43	22	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	63
44	25	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	52
45	24	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	55
46	22	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
47	22	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	63
48	21	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	67
49	21	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	56
50	22	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	67

51	20	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	72
52	21	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	72
53	21	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	55
54	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
55	22	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	61
56	24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	65
57	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	3	3	54
58	22	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
59	21	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	54
60	22	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	63
61	22	3	2	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	67
62	24	4	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	2	3	62
63	23	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	4	62
64	22	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	67
65	23	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	69
66	22	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	66
67	22	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	52
68	23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	4	70
69	21	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	56
70	17	2	1	1	2	3	3	2	3	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	37
71	23	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	65
72	22	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	2	55
73	23	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	66
74	21	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	64
75	22	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
76	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	64
77	21	3	2	2	4	3	3	4	2	2	4	3	4	2	1	3	3	3	2	3	56
78	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	62
79	21	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	58
80	22	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	61
81	15	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	66
82	22	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	59
83	22	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	63
84	20	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	60
85	22	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	69
86	25	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	3	2	3	65
87	23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
88	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
89	21	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	71
90	22	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	57
91	23	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	56
92	20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
93	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
94	20	3	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
95	22	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	57
96	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
97	24	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	4	61
98	22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	63
99	22	2	3	2	1	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
100	22	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	58

101	22	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	69
102	21	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
103	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
104	23	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	62
105	20	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
106	21	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	4	4	4	3	63
107	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
108	21	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	53
109	20	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	68
110	20	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	70
111	19	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68
112	22	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	73
113	24	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	67
114	22	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	67
115	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	64
116	22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	56
117	22	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	58
118	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
119	23	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	64
120	22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	61
121	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	73
122	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
123	22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
124	22	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	70
125	21	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	61
126	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
127	21	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	65
128	22	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	74
129	28	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	73
130	21	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	70
131	22	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	51
132	22	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	1	4	3	1	2	2	2	44
133	20	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	67

2. Data Variabel Keputusan Berkunjung

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL	
1	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	58	
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	70	
4	4	4	4	2	1	3	3	1	3	3	1	3	2	3	1	1	1	2	2	2	46	
5	4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	60	
6	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	
7	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	73	
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	74	
9	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	3	1	1	3	45
10	4	4	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
13	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	66	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
15	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	54	
16	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	60	
17	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61	
18	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	63	
19	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	70	
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	64	
21	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	67	
22	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
23	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	61	
24	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	65	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
26	3	1	3	1	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	
27	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	54	
28	2	3	2	1	2	3	1	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	4	3	55	
29	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
30	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	61	
31	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	70	
32	4	4	4	3	2	2	2	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	62	
33	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	64	

Lampiran 3. Lampiran Hasil Uji Validitas Reabilitas dan Normalitas Validitas dan Reabilitas

1. Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	58.0909	71.702	.597	.933
VAR00002	58.2576	72.223	.568	.934
VAR00003	58.3485	69.740	.635	.933
VAR00004	57.9091	72.221	.567	.934
VAR00005	58.2348	72.639	.532	.935
VAR00006	57.9621	72.495	.633	.933
VAR00007	58.2348	71.769	.530	.935
VAR00008	58.1515	71.427	.669	.932
VAR00009	58.0909	70.618	.759	.931
VAR00010	57.9621	71.716	.667	.932
VAR00011	58.1970	70.495	.702	.932
VAR00012	58.1970	71.243	.658	.932
VAR00013	58.1439	71.162	.602	.933
VAR00014	58.3561	70.124	.690	.932
VAR00015	58.0227	72.068	.583	.934
VAR00016	57.8864	73.185	.479	.936
VAR00017	58.0985	70.868	.740	.931
VAR00018	58.3636	70.722	.604	.934
VAR00019	57.9773	70.816	.691	.932
VAR00020	58.1136	70.926	.732	.931

2. Keputusan Berkunjung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	58.6894	65.010	.532	.921
VAR00002	58.8864	65.552	.382	.925
VAR00003	58.7879	65.207	.531	.921
VAR00004	59.0455	63.662	.593	.920
VAR00005	59.2727	64.429	.468	.923
VAR00006	59.4470	65.593	.381	.925
VAR00007	59.3258	64.588	.503	.922
VAR00008	58.8864	63.369	.642	.919
VAR00009	58.7652	63.876	.670	.918
VAR00010	58.8182	64.333	.623	.919
VAR00011	59.1818	63.463	.610	.919
VAR00012	59.2273	64.559	.542	.921
VAR00013	58.8788	64.520	.648	.919
VAR00014	58.9621	63.686	.665	.918
VAR00015	59.2045	62.683	.659	.918
VAR00016	59.1061	62.111	.726	.917
VAR00017	58.9773	63.015	.674	.918
VAR00018	58.9167	62.856	.682	.918
VAR00019	58.9394	63.630	.656	.918
VAR00020	58.9848	63.252	.697	.918

Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitaspelayanan	Keputusanberkunjung
N		132	132
Normal Parameters ^a	Mean	61.1742	62.1212
	Std. Deviation	8.89592	8.40214
Most Extreme Absolute Differences	Absolute	.130	.150
	Positive	.074	.083
	Negative	-.130	-.150
Kolmogorov-Smirnov Z		1.496	1.727
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023	.005
a. Test distribution is Normal.			

Lampiran 5. Lampiran Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kepu	Between Groups	7515.620	32	234.863	13.421	.000
tusa						
nber	Linearity	6424.755	1	6424.755	367.141	.000
kunj						
ung *	Deviation from Linearity	1090.865	31	35.189	2.011	.005
kuali						
tasp	Within Groups	1732.441	99	17.499		
elay						
anan	Total	9248.061	131			

Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Regresi Linier

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.695	.692	4.66023

a. Predictors: (Constant), kualitaslayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.963	2.829		4.935	.000
	Kualitaslayanan	.787	.046	.833	17.200	.000

a. Dependent Variable: keputusanberkunjung

Lampiran 7. Naskah Publikasi**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

Dedy Nuryanto

Retno Mangestuti,

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

E-mail:dedynur4@gmail.com. No. HP 085739116914

Abstrak.

Tujuan Penelitian 1) Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. 2) Untuk mengetahui tingkat keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Sampel dalam penelitian ini adalah 132 pengunjung, dari populasi pengunjung yang pernah datang ke Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1. Berdasarkan penelitian ini dapat didapatkan hasil bahwa mayoritas kualitas pelayanan terdapat 72 pengunjung dalam kategori tinggi dengan prosentase 55%. Sedangkan

keputusan berkunjung dalam kategori tinggi menunjukkan 80 pengunjung dalam prosentase 61%. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung. Dengan koefisien determinan $R^2=0,695$ artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 69,5% terhadap keputusan berkunjung. Jadi 69,5% keputusan berkunjung di prngaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan 30,5% keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh hal yang lain.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis dan menjanjikan keuntungan komersil dewasa ini. Perkembangan pariwisata di Indonesia sendiri dapat dikategorikan mengalami kemajuan sangat pesat. Indonesia merupakan negara yang tidak hanya memiliki sumber daya manusia (SDM) yang besar melainkan kekayaan sumber daya alam yang juga melimpah. Hal ini merupakan potensi yang jika dikelola dan diolah secara baik dan benar dapat mendatangkan pelbagai manfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Peraturan otonomi daerah yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah bahwa penyerahan wewenang dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk melakukan upaya pembangunan daerah demi terciptanya sebuah kesejahteraan bagi masyarakat (Febrianti Dwi Cahya Nurhadi dkk. 2013: 325-326).

Rasa jenuh para wisatawan dengan tempat-tempat wisata yang hanya menyediakan sarana bermain menuntut para pengelola tempat wisata untuk

menemukan sebuah konsep baru yang dapat menarik kembali minat pengunjung. Inilah yang kemudian melahirkan sebuah konsep taman bertema yang memberikan suasana lain yaitu berwisata sambil belajar (Harry Hermawan, 2018: 46). Sehingga konsep wisata edukasi dianggap mampu memenuhi permintaan konsumen. Pengertian Wisata Edukasi atau Wisata Pendidikan sendiri adalah suatu program yang menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan muatan pendidikan didalamnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangatlah penting terhadap pengunjung, dan salah satu penunjang reputasi berkunjung adalah kualitas pelayanan yang baik.

Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (problem recognition), pencarian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen (Munandar, 2001). Hal ini dipekuat oleh wandari, Kumadji dan kusumawati, (2014) Dalam dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian digunakan juga dalam keputusan berkunjung.

Gavin dan Davis (Nasution, 2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Wyckof (Arief, 2007:118), mengemukakan bahwa pengartian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Metode

Subjek dalam penelitian ini 132 pengunjung Museum Bagong dari total populasi sebanyak 200 pengunjung. Metode pengumpulan data

menggunakan 2 skala yaitu: 1) skala kualitas pelayanan yang dibuat oleh peneliti sesuai dengan teori Parasuraman (dalam Lupiyoadi 2001:148) skala ini terdiri dari aspek-aspek meliputi: Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian, Empati. Skala ini berisi 20 aitem. 2) skala keputusan berkunjung yang dibuat oleh peneliti sesuai dengan teori Mc Daniel (2001:189), skala ini terdiri dari aspek-aspek yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian, perilaku pasca pembelian. Skala ini berisi 20 aitem.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 16.0 for windows.

H a s i l

a. Hasil Prosentase Variabel Kualitas Pelayanan

Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	72	55%
Sedang	57	54%
Rendah	3	1%

Berdasarkan hasil analisis data di atas, hasil yang diperoleh yaitu 55% pengunjung yang berpendapat bahwasanya Museum Tubuh memberikan pelayanan yang baik, jumlah ini termasuk dalam kategori yang tinggi dengan kuantitas sebanyak 72 pengunjung, sedangkan 44% pengunjung berada dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 57 pengunjung dan hanya 1% pengunjung yang memilih kualitas pelayanan di Museum Tubuh kurang baik, jumlah ini berada dalam kategori rendah dengan frekuensi sebanyak 3 pengunjung.

b. Hasil Prosentase Variabel Keputusan Berkunjung

Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
--------------	-----------	------------

Tinggi	80	61%
Sedang	50	38%
Rendah	2	1%

Berdasarkan hasil analisis data di atas, hasil yang diperoleh yaitu 61% pengunjung yang masuk pada kategori tinggi dalam hal keputusan berkunjung atau berjumlah sebanyak 80 pengunjung, 38% pengunjung dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 50 pengunjung dan 1% pengunjung dalam kategori rendah atau sebanyak 2 pengunjung.

c. Uji Regresi

Pengaruh Variabel	R Square	Sig.
X terhadap Y	.695	.000

Variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 69.5% R Square merupakan koefisien determinasi yang digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis dari hasil output di atas hasil R² (koefisien determinasi) sebesar 0,695. Artinya bahwa 69.5% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kualitas pelayanan dan pengaruh dua variabel tersebut dapat terbilang berpengaruh secara signifikan karena dilihat dari nilai sig. nya $0.000 < 0,05$ karena secara hukum statistik = ($P < 0,05$). Sehingga penelitian kedua variabel dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan.

Diskusi

Sedangkan data yang telah didapat, bahwasanya koefisien determinasi didapat sebesar 0,695 yang artinya bahwa 69.5% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan. Adapun diperoleh angka sebesar 30.5% variabel keputusan berkunjung akan dipengaruhi oleh

variable-variabel lain yang bukan merupakan fokus pembahasan dalam penelitian ini.

Hasil yang signifikan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung yang telah dipaparkan sebelumnya diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh H Elrado, dkk (2014) yang berjudul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima indikator yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang baik atau berkualitas maka itu akan membuat pengunjung puas dengan apa yang didapatkannya. Dan juga adanya fasilitas yang baik juga akan membuat pengunjung merasa bahagia dan puas jadi kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam hal usaha ataupun tempat wisata.

Adapun kaitannya dengan keputusan berkunjung ialah dengan branding tersebut konsumen dapat dengan mudah memahami sesuatu yang dipasarkan, tidak hanya itu branding yang baik akan membuat konsumen tertarik karena mereka akan cenderung memilih untuk membeli ataupun berkunjung ke suatu tempat yang sudah memiliki label yang kuat sehingga akan menjadi kebanggaan tersendiri bagi konsumen apabila berkunjung atau menggunakan pelayanan dari perusahaan tersebut (Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 16, 2014: 2-3).

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi untuk mencari pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1 didapatkan hasil dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini adalah “terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1” diterima.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil yaitu 55% pengunjung yang berpendapat bahwasanya Museum Tubuh memberikan pelayanan yang baik, jumlah ini termasuk dalam kategori yang tinggi dengan kuantitas sebanyak 72 pengunjung, sedangkan 44% pengunjung berada

dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 57 pengunjung dan hanya 1% pengunjung yang memilih kualitas pelayanan di Museum Tubuh kurang baik, jumlah ini berada dalam kategori rendah dengan frekuensi sebanyak 3 pengunjung. Sedangkan keputusan berkunjung hasil yang diperoleh yaitu 61% pengunjung yang masuk pada kategori tinggi dalam hal keputusan berkunjung atau berjumlah sebanyak 80 pengunjung, 38% pengunjung dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 50 pengunjung dan 1% pengunjung dalam kategori rendah atau sebanyak 2 pengunjung.

Hasil analisis regresi sederhana $R = 0.695$ artinya bahwa 69.5% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kualitas pelayanan dan pengaruh dua variabel tersebut dapat terbilang berpengaruh secara signifikan karena dilihat dari nilai $\text{sig. nya } 0.000 < \text{dari } 0,05$ karena secara hukum statistik = $(P < 0,05)$. Sehingga penelitian kedua variabel dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan.

Saran

Pengunjung yang akan melakukan perjalanan destinasi kesuatu tempat wisata, sebaiknya terlebih dahulu mencari informasi mengenai tempat wisata yang cocok dengan selera dan harapan anda. Pengunjung harus memikirkan kualitas dan kuantitas suatu tempat wisata agar tidak terjadinya penyesalan ketika sudah mengunjungi tempat wisata tersebut. Salah satu caranya dalam menyeleksi suatu tempat wisata adalah dengan cara mencari web tentang tempat destinasi yang diinginkan, menanyakan saudara atau teman yang pernah mengunjungi tempat wisata tersebut.

Pihak manajemen Museum diharapkan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan, karena pelayanan disuatu tempat wisata sangatlah penting bagi daya Tarik pengunjung untuk berkunjung kembali dan memperhatikan kondisi fasilitas yang ada. Hal penting bagi museum adalah

kualitas pelayanan yang diberikan agar pengunjung tidak kecewa dan bagi karyawan harus lebih banyak senyum, ramah terhadap pengunjung yang datang.

Daftar Pustaka

Lupiyoadi 2001. *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*. Salemba Jakarta.

Nasution,Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*.

Bogor:GhaliaIndonesia.

Normasari, Kumadji, & Kusumawati,nistra “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.6 No. 2 Desember 2013.

Suwarduki Ratnaningrum Puspa, "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37, No. 2, Agustus 2016.