



Pengaruh kualitas pelayanan pemandu museum terhadap kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung

GINANJAR WIRA SAPUTRA¹, KURNIAWATI², TIYANA EKA PUTRI³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bandung

¹ginanjarwira@stiabandung.ac.id, ²kurniawati@stiabandung.ac.id, ³tiyanaeka@stiabandung.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 17 Mei 2022

Disetujui 19 Juni 2022

Diterbitkan 25 Juni 2022

Kata kunci:

Kualitas pelayanan;
Layanan pemandu;
Kepuasan pengunjung;
Kepuasan konsumen;
Pariwisata

Keywords:

Service quality; Guide service; Visitor satisfaction; Customer satisfaction; Tourism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan pemandu museum terhadap kepuasan pengunjung di museum geologi Bandung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket kepada sejumlah responden pengunjung museum, studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Pemandu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini juga membuktikan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Pengunjung). Sedangkan berdasarkan koefisien determinasi (KD) diketahui bahwa prestasi kemampuan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y yaitu 56,40% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan, variabel kualitas pelayanan pemandu museum dan variabel kepuasan pengunjung sudah baik. Beberapa saran yang peneliti sampaikan yaitu membudayakan 5S senyum, sapa, salam, sopan dan santun, agar para pengunjung museum geologi merasa puas dan nyaman mendapatkan pelayanan dari pemandu di Museum Geologi Bandung.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the service quality of the museum guides on visitor satisfaction at the Bandung geological museum. The method used is descriptive method with a quantitative approach, while the data collection technique is carried out by distributing questionnaires to a number of museum visitor, literature study, observation, and interviews. The results indicate that Quality of Service Guides affects significantly on visitor satisfaction. It is proven that there is a positive and significant relationship between variable X (Service Quality) and variable Y (Visitor Satisfaction). Meanwhile, based on the coefficient of determination, it is known that the achievement of the ability of variable X has an effect on variable Y, namely 56.40%, while the rest is influenced by other variables not examined in this study. Based on the research results, it can be stated that the variable quality of museum guide service and visitor satisfaction variables are good. Some suggestions that the researchers convey are to cultivate 5S smiles, greetings, greetings, courtesy and courtesy, so that visitors to the geology museum feel satisfied and comfortable getting services from guides at the Bandung Geological Museum.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor pariwisata, khususnya kualitas pemandu lokal atau *local guide* berperan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pengunjung (Hasibuan, 2016; Ismanto Setyabudi, 2014). Hal ini dikarenakan pemandu adalah pihak yang akan langsung berhadapan melayani wisatawan atau pengunjung. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, pemerintah pun mengeluarkan peraturan tentang pelayanan publik yaitu Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Di dalamnya, disebutkan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Anggara, 2014).

Dalam memberikan pelayanan, perusahaan yang berada di sektor pariwisata juga perlu mencapai hasil yang maksimal (Amirullah, 2015). Untuk itu, diperlukan adanya *excellent services*, atau

disebut juga pelayanan prima, yaitu pemberian pelayanan sebaik mungkin kepada pengunjung (Escobar Rivera et al., 2019; Tjiptono, 2015). Konsep pelayanan prima perlu diterapkan sehingga dapat mengefektifkan usaha untuk pencapaian hasil yang maksimal. Daskalaki et al.,(2020), Kumar et al., (2020) menyebutkan beberapa hal yang dapat dilakukan dalam memberikan pelayanan prima, di antaranya adalah:

- Melayani pengunjung dengan ramah senyum, sapa, salam, dan sopan (S4) bertanggungjawab, tegas, dan cepat.
- Memandu secara lengkap atau singkat dengan intonasi yang jelas dan nyaman untuk didengar.
- Apabila ada kesulitan menjawab, pemandu berhak tidak menjawab dan berkonsultasi terlebih dahulu dengan pihak yang lebih ahli. Dalam konteks penelitian ini, pihak tersebut adalah ahli geologi maupun kurator museum. Sumber staf ahli harus ditentukan agar pertanyaan dari pengunjung cepat terjawab dan pengunjung mendapatkan kepuasan terhadap jawaban dari pertanyaannya.

Dalam memberikan pelayanannya, seorang pemandu harus menciptakan kesan positif dan menjaga citra museum dengan memberikan pelayanan terbaiknya kepada pengunjung, agar pengunjung atau wisatawan itu puas (Kuo et al., 2018; Shao et al., 2019). Kualitas pelayanan pemandu yang profesional akan berpengaruh pada kenaikan jumlah wisatawan atau pengunjung (Lai et al., 2018; Lupiyoadi & Hamdani, 2014). Di Indonesia, seseorang yang hendak menjadi pemandu atau pramuwisata disyaratkan memiliki lisensi yang diterbitkan oleh Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) secara nasional. Selain itu, di beberapa daerah juga terbentuk sejumlah organisasi serupa yang bersifat lokal (Irawati, 2003). Ketentuan ini terutama bagi pemandu yang melayani wisatawan asing agar kualitas pribadi pemandu selalu mencerminkan ke-Indonesiaan juga menjaga validitas berbagai informasi yang disampaikan kepada wisatawan (Ismanto Setyabudi, 2014)

Penelitian ini dilakukan di Museum Geologi yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. Dalam mewujudkan kepuasan pengunjung, Museum Geologi sudah menerapkan beberapa strategi diantaranya bersikap ramah dan tidak diskriminatif. Namun dari beberapa strategi yang diterapkan di Museum Geologi, berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada beberapa pengunjung, menunjukkan bahwa pengunjung tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pemandu. Hal ini dikarenakan ketika berkunjung, pemandu tidak memberikan sambutan yang ramah dan tidak memberi arahan seperti apa alur atau informasi museum. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pemandu nyatanya masih belum maksimal. Adapun data pengunjung Museum Geologi Bandung ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Museum Geologi Bandung Bulan Januari-Oktober 2019

No	Kategori Pengunjung			Total
	Pelajar/Mahasiswa	Umum	Asing	
1				
Jumlah	302.761	65.792	210	368.763

Sumber: Museum Geologi Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 1 di atas, pengunjung Museum Geologi didominasi oleh pelajar atau mahasiswa yang biasanya datang dalam bentuk rombongan dalam rangka *study tour*. Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pengunjung masih belum puas dengan koleksi yang ditampilkan karna penataan koleksi dan desain interior. Selain itu, jumlah pemandu yang terdapat di Museum Geologi masih terbatas, sedangkan jumlah pengunjung lebih banyak. Kemudian, pengunjung juga merasa bahwa pemandu masih kurang terampil dalam menangani pengunjung.

Kepuasan pengunjung sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang mereka terima (Famiyeh et al., 2018; Oriade & Schofield, 2019; Park & Jeong, 2019). Seorang pengunjung akan memberikan penilaiannya mengenai kepuasan yang mereka rasakan atas kinerja produk pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh seorang pemandu di Museum Geologi terhadap kepuasan pengunjung.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan memahami pengaruh antar variabel (Hair et al., 2014). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif dilakukan dengan pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner pada responden yang kemudian diproses menggunakan analisis statistik yang dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2018).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Museum Geologi Bandung yang berjumlah sebanyak 368.763 pengunjung pada bulan Januari 2019 sampai bulan Oktober 2019. Pengunjung Museum Geologi Bandung terdiri dari: 1) karyawan sebanyak 132 orang; 2) pelajar/mahasiswa sebanyak 302.761 orang; 3) umum sebanyak 65.792 orang; dan 4) wisatawan asing sebanyak 210 orang. Teknik sampling yang peneliti gunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling* yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{368.895}{1 + 368.895(0,1)^2}$$

$$n = 99,97 \text{ (dibulatkan menjadi 100 orang)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase error atau kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir dalam penelitian ini diambil batas kesalahan yang diinginkan adalah 10% atau e = 0,1.

Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari responden, sedangkan data skunder diperoleh dari internet, buku-buku yang menjadi referensi peneliti, data internal perusahaan, dan data/dokumen lain yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Riset kepustakaan (Library Rresearch)
2. Studi Lapangan melalui Observasi, Wawancara (Interview) dan Kuesioner/Angket
3. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner penelitian disusun dengan cara mengajukan pernyataan yang disusun menurut indikator-indikator dari hasil pengembangan hasil kajian pustaka. Adapun teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah dengan teknik Skala Likert. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban diklasifikasikan dalam 5 (lima) kategori yang digambarkan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Pengukuran Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017; 2014)

Pada setiap butir pernyataan pada angket, responden diminta memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang telah tersedia. Untuk mempermudah pengolahan data, maka setiap jawaban angket diberi nilai menggunakan skala rating dengan lima alternatif jawaban. Sedangkan, uji regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel. Menurut

Sugiyono (2014), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana dinyatakan dalam bentuk rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Intersep

b = Koefisien regresi/slop

X = Variabel bebas

Teknik ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antar variabel-variabel independen yaitu kualitas pelayanan dengan variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung. Rumus korelasi menggunakan rumus koefisien korelasi Rank Spearman karena datanya berbentuk data ordinal. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

rs = Koefisien korelasi Rank Spearman

1&6 = Angka konstanta

N = Jumlah sampel

d = Kuadrat perbedaan antara variabel X dan ranking pada variabel Y

Untuk menguji hasil korelasi tersebut apakah signifikan atau tidak, maka akan diuji dengan melihat tabel nilai rho. Dengan ketentuan bila t hitung lebih kecil dari t tabel (t hitung < t tabel), maka Ho diterima dan Ha ditolak. Tetapi sebaliknya jika t hitung lebih besar dari pada t tabel (t hitung > t tabel) maka Ho ditolak dan Ha diterima dengan bentuk statistik sebagai berikut :

Ho : $\rho=0$ (tidak diterima)

Ha : $\rho \neq 0$ (ada pengaruh)

Analisis pengolahan data di atas dilakukan dengan menggunakan taraf kesalahan 5% dengan tingkat kepercayaan 95%. Dalam penafsiran terhadap koefisien korelasi, penelitian ini berpedoman pada ketentuan tabel 3 berikut:

Tabel 3 Kategori Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 - 1,99	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

Setelah koefisien korelasi sudah diketahui, selanjutnya menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Pengunjung) dengan menggunakan rumus Koefisien determinasi :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai korelasi dikuadratkan

100 = Persentase koefisien determinasi

Dalam menguji hipotesis digunakan teknik korelasi, dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment. Dalam penyusunan penelitian ini untuk memudahkan perhitungan dan menghemat waktu penyusunan skripsi maka seluruh data diolah dengan bantuan SPSS 22.

Untuk mengetahui tingkat signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, peneliti menggunakan rumus t-test (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t=Nilai uji t

r=Koefisien korelasi

r²= Koefisien determinasi

n=Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusannya adalah :

Ho : Tidak Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Museum terhadap Kepuasan Pengunjung

Hi : Ada Pengaruh yang Positif dan Signifikan antara Kualitas Pelayanan Pemandu Museum terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hipotesis (H1) ditolak jika t hitung < t tabel. Untuk mengetahui nilai t tabel maka dilihat berdasarkan taraf signifikan 5% (=0,05) dan derajat kebebasan (dk) = n – 2, dalam hal ini lainnya hipotesis diterima, atau dengan ketentuan:

t_{hitung}>t_{tabel} maka Ho ditolak dan H1 diterima

t_{hitung}<t_{tabel} maka Ho diterima dan H1 ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil keseluruhan dari pernyataan Kualitas Pelayanan Pemandu Museum yang memiliki 15 item dengan 5 pilihan jawaban adalah pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Variabel X (Kualitas Pelayanan)

No	Pernyataan	STS-1		TS-2		RR-3		S-4		SS-5		F	fxb	%
		F	fx b	F	fxb	F	fxb	F	fxb	F	fxb			
	ASPEK KUALITAS PELAYANAN (X)	2	27	22	44	43	130	60	242	21	105	150	525	70
		7		2	4	4	2	6	4	1	5	0	2	%
A.	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	0	0	17	34	63	189	13 1	524	89	445	300	119 2	79 %
1	Fasilitas gedung museum geologi bersih dan nyaman	0	0	3	6	24	72	44	176	29	145	100	399	80 %
2	Perlengkapan dan peralatan di museum geologi lengkap dan modern	0	0	8	16	26	78	38	152	28	140	100	386	77 %
3	Penampilan pegawai museum geologi rapih dan professional	0	0	6	12	13	39	49	196	32	160	100	407	81 %
B.	Reliabilitas/Kehandalan	8	8	23	46	87	261	13 4	536	48	240	300	109 1	73 %
4	Pelayanan pemandu museum yang diberikan tepat waktu dan sesuai yang dijanjikan	8	8	15	30	35	105	38	152	4	20	100	315	63 %
5	Pemandu mampu memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan	0	0	4	8	34	102	47	188	15	75	100	373	75 %
6	Pemandu mampu memberikan pelayanan dengan akurasi yang tinggi	0	0	4	8	18	54	49	196	29	145	100	403	81 %

C.	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	8	8	24	48	65	195	78	312	25	125	200	688	69 %
7	Kemauan pemandu untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat	8	8	20	40	30	90	34	136	8	40	100	314	63 %
8	Pemandu memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0	0	4	8	35	105	44	176	17	85	100	374	75 %
D.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3	3	11	22	15	474	19	768	36	180	500	164	66 %
9	Adanya komunikasi yang baik dari pemandu dalam memberikan pelayanan	1	1	19	38	38	114	32	128	10	50	100	331	66 %
10	Pemandu mempunyai kredabilitas (kualitas) pelayanan yang tinggi dalam melayani pengunjung	0	0	20	40	30	90	47	188	3	15	100	333	67 %
11	Pemandu memberikan rasa aman kepada pengunjung yang melakukan kunjungan ke museum	0	0	25	50	31	93	40	160	4	20	100	323	65 %
12	Pemandu mempunyai kompetensi yang baik dalam memberikan pelayanan	1	1	27	54	23	69	39	156	10	50	100	330	66 %
13	Pemandu sopan dan santun dalam memberikan pelayanan	1	1	20	40	36	108	34	136	9	45	100	330	66 %
E.	Perhatian (<i>Empathy</i>)	8	8	47	94	61	183	71	284	13	65	200	634	63 %
14	Pemandu memberikan pelayanan yang tulus dalam pelayanan	0	0	24	48	27	81	38	152	11	55	100	336	67 %
15	Pemandu berupaya memahami keinginan pengunjung museum	8	8	23	46	34	102	33	132	2	10	100	298	60 %

Sumber: Hasil olah data peneliti (2022)

Dari Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan Pemandu Museum memiliki 5 dimensi dengan rata-rata persentase dari 5 dimensi yaitu 70%. Dimensi dengan kategori tinggi ialah dimensi Berwujud (*Tangible*) yang memiliki persentase 79%. Hal ini berarti bahwa segala fasilitas fisik di Museum Geologi sudah sesuai dengan yang diharapkan pengunjung. Sementara, dimensi dengan poin terendah adalah dimensi Perhatian (*Empathy*) dengan persentase 63%. Artinya, perlu ada peningkatan terkait cara menghormati dan menghargai pengunjung, terutama dalam pemberian layanan dari pemandu.

Tabel 5 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

NO	PERNYATAAN	STS-1		TS-2		RR-3		S-4		SS-5		F	fxb	%
		F	fxb	F	Fxb	F	fxb	F	fxb					
	ASPEK KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)	23	23	63	126	127	381	133	532	54	270	400	1332	67%
A.	Kesesuaian harapan	15	15	33	66	44	132	76	304	32	160	200	677	68%
16	Pelayanan yang diberikan pemandu sesuai dengan yang diharapkan	15	15	28	56	25	75	26	104	6	30	100	280	56%
17	Fasilitas penunjang sesuai yang diharapkan	0	0	5	10	19	57	50	200	26	130	100	397	79%
B.	Minat berkunjung kembali	2	2	9	18	48	144	32	128	9	45	100	337	67%

18	Pengunjung bersedia untuk menggunakan jasa pemandu lagi dengan berkunjung kembali ke museum geologi	2	2	9	18	48	144	32	128	9	45	100	337	67%
C.	Kesediaan merekomendasikan	6	6	21	42	35	105	25	100	13	65	100	318	64%
19	Pengunjung bersedia untuk merekomendasikan pelayanan yang diterima kepada teman dan keluarga	6	6	21	42	35	105	25	100	13	65	100	318	64%
TOTAL													67%	

Sumber: Hasil olah data peneliti (2022)

Hasil pada Tabel 5 mengindikasikan bahwa kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung memiliki 3 Dimensi dengan rata-rata persentase 67%. Dimensi yang berada dalam kategori tinggi adalah Kesesuaian Harapan, dengan persentase 68%. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan pemandu sudah sesuai dengan harapan pengunjung. Selain itu, dimensi Kesediaan Merekomendasikan juga termasuk kategori tinggi dengan persentase 64%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada pelanggan yang tidak bersedia merekomendasikan pelayanan yang diterima dari pemandu kepada pengunjung lain atau keluarganya.

Selanjutnya, peneliti melakukan analisis data menggunakan Korelasi Rank Spearman. Berikut tabel 6 hasil perhitungan Koefisien Korelasi Spearman dengan bantuan Software SPSS versi 22 for windows.

Tabel 6 Nonparametric Correlations

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PENGUNJUNG
Spearman's rho	KUALITAS PELAYANAN	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	,746**
		N	100
	KEPUASAN PENGUNJUNG	Correlation Coefficient	,746**
		Sig. (2-tailed)	1,000
		N	100

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

Berdasarkan hasil output SPSS dari tabel 6, maka nilai koefisien korelasi ρ sebesar 0,746. Nilai korelasi sebesar 0,746 mengandung arti bahwa Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Pengunjung Museum Geologi Bandung. Nilai korelasi harus diuji dulu menggunakan uji signifikan t untuk mendapatkan hasil t_{hitung} .

Didapatkan hasil bahwa t_{hitung} sebesar 8,586, sedangkan dilihat dari tabel-t dengan nilai derajat bebas adalah $n-2(100-2=98)$. Maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat diputuskan bahwa H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat hubungan yang nyata dan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengunjung sebesar 0,746 (hubungan yang kuat).

Hubungan antara Kualitas Pelayanan Pemandu Museum Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Geologi telah diuji dan nyata adanya sebesar 0,746. Maka untuk menghitung pengaruh dari Kualitas Pelayanan Pemandu Museum Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Geologi dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus koefisien determinasi, maka didapatkan nilai:

$$KD = (0,746)^2 \times 100\% = 55,70\%$$

Nilai Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Museum Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Geologi Bandung adalah sebesar 55,70%. Nilai pengaruh ini dapat dikategorikan pengaruh yang sedang (Sugiyono, 2017:184). Maka pengaruh variabel lain yang tidak diteliti tetapi berpengaruh pada Kepuasan Pengunjung di Museum Geologi Bandung adalah sebesar:

$$100\% - 55,70\% = 44,30\%$$

Sehingga hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh peneliti yaitu “Adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Museum Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Geologi Bandung” dapat diterima karena didukung oleh fakta dari lapangan.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan pemandu museum terhadap kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung adalah sebesar 0,746. Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Ketika pemandu museum memberikan pelayanan yang baik, sopan, menghormati pengunjung, dan memberikan informasi yang lengkap mengenai museum, maka pengunjung akan merasa puas saat berada di sana. Hasil penelitian ini mendukung temuan dari penelitian sebelumnya (Daskalaki et al., 2020; Kumar et al., 2020; Kuo et al., 2018; Lai et al., 2018), bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan pemandu wisata, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Pemberian layanan seperti pengetahuan mengenai museum, respon yang diberikan pada kebutuhan pengunjung, kemampuan untuk menjawab pertanyaan, adanya layanan yang cepat, hingga koneksi pada pihak tertentu seperti kurator museum dapat meningkatkan kepuasan dari pengunjung museum.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan dari kualitas layanan pengunjung terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Geologi Bandung. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung. Terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti. Pertama, pihak Museum Geologi Bandung bisa meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pelayanan pemandu museum dengan memberikan rasa nyaman kepada pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan atau mensosialisasikan kepada para pemandu museum geologi mengenai peningkatan attitude yang baik dalam melayani pengunjung yang datang. Selanjutnya, peneliti juga menyarankan para pemandu museum untuk mematuhi dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada para pengunjung, supaya pengunjung puas dengan pelayanan yang diberikan. Terakhir, peneliti menyarankan supaya pihak museum khususnya pemandu memberikan pelayanan yang ramah dan tepat waktu. museum geologi menambah jumlah pemandu, agar pada saat adanya rombongan pelajar, pengunjung umum yang ingin memakai jasa pemandu bisa dilayani tanpa harus menunggu terlalu lama giliran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, A. (2015). *Pengantar manajemen, fungsi–proses–pengendalian*. Mitra Wacana Media.
- Anggara, S. (2014). *Kebijakan publik*. CV Pustaka Setia.
- Daskalaki, V. V, Voutsas, M. C., Boutsouki, C., & Hatzithomas, L. (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 6(1), 3–8.
- Escobar Rivera, D., Casadesús Fa, M., Alexandre Costa Araújo Sampaio, P., & Simon Villar, A. (2019). Exploring the role of service delivery in remarkable tourism experiences. *Sustainability*, 11(5), 1382.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). Pearson new international edition. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- Hasibuan, S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia edisi revisi*. Bumi Aksara.
- Ismanto Setyabudi, D. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Gava Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management 15th global edition (Global)*. Pearson

Education Limited.

- Kumar, D., Govindarajo, N. S., & Khen, M. H. S. (2020). Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty—practical, theoretical and policy implications to avitourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Kuo, N.-T., Cheng, Y.-S., Chang, K.-C., & Hu, S.-M. (2018). Assessing the asymmetric impact of interpretation environment service quality on museum visitor experience and post-visit behavioral intentions: a case study of the National Palace Museum. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 714–733.
- Lai, I. K. W., Hitchcock, M., Yang, T., & Lu, T.-W. (2018). Literature review on service quality in hospitality and tourism (1984-2014): Future directions and trends. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba empat.
- Shao, J., Ying, Q., Shu, S., Morrison, A. M., & Booth, E. (2019). Museum tourism 2.0: experiences and satisfaction with shopping at the national gallery in London. *Sustainability*, 11(24), 7108.
- Sugiyono. (2018). *Kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran Edisi 4*. Andi Offset.