

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Trinil

Ervi Aulia Rahma¹, Ninik Srijani², Wikanso³
^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun

e-mail: ¹erviaulia21@gmail.com, ²niniksrijani@unipma.ac.id, ³wikanso@unipma.ac.id

Abstrak

Museum Trinil merupakan salah satu situs paleoantropologi dimana keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai pusat pendidikan dan penelitian, tetapi juga sebagai destinasi wisata ilmiah yang menarik minat dari berbagai kalangan. Eksistensi Museum Trinil sebagai destinasi wisata membutuhkan perhatian yang dapat dicapai melalui kepuasan pengunjung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan citra wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dari 80 responden dengan mengandalkan teknik pengambilan in-cidental sampling dan menggunakan instrumen kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Pada variabel citra wisata tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai sebesar 0,435. Secara simultan, kualitas layanan dan citra wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung nilai sebesar 0,001. Temuan ini menyoroti pentingnya manajemen museum untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung, serta untuk memperkuat citra wisata Museum Trinil sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Implikasi praktis dari penelitian ini relevan dalam konteks pengelolaan destinasi pariwisata, di mana peningkatan kepuasan pengunjung dapat berdampak positif pada pengembangan, promosi, dan keberlanjutan Museum Trinil. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Museum Trinil, dan memberikan panduan praktis bagi pengelola dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan memastikan keberlanjutan destinasi wisata yang berharga ini.

Kata kunci: *kualitas layanan, citra wisata, kepuasan pengunjung.*

Pendahuluan

Perkembangan pada peradaban manusia kini semakin kompleks dalam berbagai bidang. Dalam bidang ekonomi sektor pariwisata tampil sebagai fokus baru pemerintah dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakatnya.

Pasalnya sektor pariwisata mampu menyumbang devisa negara juga menciptakan kesempatan kerja baru bagi masyarakat sehingga tidak heran jika pemerintah memandang serius sektor pariwisata. Setiap kepala daerah mengupayakan untuk mampu menjual daya tarik dari daerahnya untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata. Hal tersebut juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi, Jawa Timur.

Dilansir dari Solopos Jatim terdapat destinasi Museum Trinil yang keberadaannya telah diakui dunia internasional. Tentu saja hal tersebut mampu membantu pemasukan daerah dari sektor pariwisata juga kemunculan lapangan kerja baru bagi masyarakat lokal. Museum Trinil merupakan salah satu objek wisata ilmiah dan sekaligus menjadi saksi bisu atas temuan situs bersejarah seperti fosil purbakala hingga temuan *pithecanthropus erectus* (manusia kera yang berjalan tegak) dan menjawab Teori Evolusi Darwin. Latar belakang sejarah tersebutlah yang menjadikan Museum Trinil sebagai situs paleoantropologi yang terletak di Dusun Pilang, Desa Kawu, Kecamatan Kedunggalar, Kabupaten Ngawi di pinggiran aliran Sungai Bengawan Solo. Kehadirannya membantu pengunjung untuk berimajinasi tentang peradaban di masa lampau.

Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung pada Museum Trinil 2024

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	2.319
2.	Februari	1.724
3.	Maret	2.109
4.	April	1.147
5.	Mei	1.247

Sumber : Dinas Pendidikan & Kebudayaan Ngawi, 2024

Melalui temuan data jumlah pengunjung Museum Trinil tersebut dapat diketahui jika jumlah pengunjung pada tahun 2024 sebanyak 2.319 pengunjung pada Bulan Januari. Pada Bulan Februari terdapat penurunan yang signifikan yaitu 1.724 pengunjung. Pada bulan Maret jumlah pengunjung sebanyak 2.109. Pada bulan April jumlah kunjungan mengalami penurunan lagi yang cukup signifikan yaitu terdapat 1.147. Bulan Mei jumlah pengunjung mengalami peningkatan walaupun tidak masif yaitu sebanyak

1.247 pengunjung. Pihak pengelola menawarkan tariff yang terjangkau sehingga menarik berbagai kalangan pengunjung, mulai dari wisatawan lokal hingga internasional juga memberikan peluang bagi pedagang lokal untuk meningkatkan penjualan mereka.

Salah satu hal yang sangat berkaitan dengan usia destinasi pariwisata adalah kehadiran pengunjung. Pengunjung akan semakin tertarik apabila mereka merasa puas selama menjalankan kunjungannya. Pengunjung akan puas apabila mendapatkan value baik itu dari segi produk, pelayanan, sistem ataupun suatu hal lainnya yang berkaitan dengan emosi. Berangkat dari hal tersebut, pengunjung yang merasa puas akan berbagi pengalaman dengan orang lain sehingga promosi akan termainkan. Dengan melihat hubungan tersebut maka pengunjung maupun pelaku usaha akan bersama – sama merasakan keuntungan jika kepuasan terjadi (Irawan, 2011). Kepuasan pengunjung merupakan muara dari setiap pengembangan objek wisata. Hal ini dikarenakan melalui kepuasan pengunjung dapat diketahui permasalahan yang berkaitan dengan pelaku usaha agar segera diadakan evaluasi juga keberhasilan penyelenggaraan pelayanan dapat diketahui (Salamah dkk., 2017).

Dalam dunia bisnis, kepuasan pengunjung selalu dikaitkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang memberikan layanan prima akan mendapatkan tempat di hati para pengunjung ataupun konsumen. Kualitas layanan sendiri menurut *Wyckof* (Simamora, 2003) merupakan tingkatan keunggulan yang diupayakan agar mampu mengendalikan emosi konsumen dalam memenuhi keinginannya. Apabila layanan yang diberikan dirasa sesuai dengan harapan pengunjung maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Walaupun layanan yang diberikan melampaui ekspektasi pengunjung maka kualitasnya dianggap ideal. Anggapan tersebut berbanding terbalik apabila layanan yang diterima pengunjung lebih rendah dari ekspektasi sehingga kualitas layanan tersebut dianggap buruk. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan di tiap – tiap usaha perlu terus menerus ditingkatkan untuk menjangkau tumbuh kembang yang positif dari usaha tersebut.

Sebagai jembatan yang mampu menarik pengunjung maka sektor pariwisata perlu dikemas dengan melibatkan berbagai pihak untuk mengembangkan tujuan, visi dan misi sehingga akan lahir sebuah citra wisata. Citra wisata merupakan gambaran pengetahuan yang ada di benak pengunjung terkait kondisi pada destinasi wisata (Apriliyanti dkk, 2020). Dengan kehadiran citra wisata maka masyarakat akan memiliki gambaran awal sehingga mampu melakukan penilaian apakah sebuah destinasi layak dikunjungi atau tidak. Hal tersebut tentunya akan memiliki dampak pada keberlangsungan hidup sebuah destinasi wisata.

Tinjauan Pustaka

Kepuasan Pengunjung

Menurut *Kotler* dalam (Septiandari dkk., 2021) kepuasan merupakan penilaian atas ciri khas maupun keistimewaan terhadap produk atau jasa sehingga konsumen merasa disesialkan. Definisi berbeda terkait kepuasan pengunjung disampaikan oleh *Naylor & Kleiser* dalam (Zulkarnain, 2017) dimana kepuasan pengunjung digambarkan sebagai instrumen yang akurat untuk memprediksi future purchase behaviour atau gambaran pembelian di masa depan.

Pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai persepsi antara ekspektasi dengan apa yang didapatkan melalui pengalaman sistem indra. Dalam konteks kepuasan pengunjung, kesepadanan antara harapan pengunjung dengan apa yang didapatkan akan memberikan kesan yang positif.

Pengunjung yang merasa puas akan memberikan kontribusi penting dalam kelangsungan hidup sebuah usaha. Menurut Zulkarnain (2017), aspek – aspek yang mempengaruhi kepuasan pengunjung antara lain : 1) ekspektasi konsumen; 2) persepsi kualitas; 3) persepsi nilai 4) komplain pengunjung; 5) loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) kepuasan pengunjung dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu: 1) kesesuaian harapan; 2) minat berkunjung kembali; 3) dan kesediaan merekomendasikan.

Kualitas Layanan

Untuk tercapainya sebuah usaha yang berkelanjutan maka para pelaku usaha perlu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumennya. Hubungan yang baik tersebut bergantung dengan kualitas layanan yang diberikan. Semakin optimal kualitas layanan yang diberikan maka semakin positif pula timbal balik konsumen sehingga terciptalah hubungan yang baik antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut Tjiptono dalam (Sukmamedian, 2022) kualitas layanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat konsumen dimana upaya tersebut mampu mengimbangi harapan konsumen. Singkatnya, kualitas layanan merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan melibatkan seluruh sumber daya yang dimilikinya. Upaya tersebut ditujukan untuk menyentuh harapan konsumen / pengunjung pada level maksimal. Menurut Wibawa & Deny (2015) terdapat dua faktor yang akan berdampak pada kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan.

Menurut Kotler & Keller dalam (Indrasari, 2019) terdapat karakteristik yang menonjol dalam kualitas layanan yaitu : 1) tidak berwujud (*Intangibility*); 2) tidak terpisahkan (*inseparability*); 3) bervariasi (*variability*); 4) dan tidak tahan lama (*perishability*). Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menurut Lupiyadi & Hamdani dalam (Indrasari, 2019) yaitu 1) keandalan (*reliability*); 2) daya tanggap (*responsiveness*); 3) jaminan (*assurance*); 4) empati (*empathy*); 5) dan bukti langsung (*tangible*).

Citra Wisata

Studi terkait citra wisata sudah semakin marak sehingga telah banyak diulas oleh para ahli. Menurut Utami & Ferdinand (2015) citra wisata adalah sebuah gambaran rekayasa pikiran manusia atau kesan yang tercipta terkait destinasi wisata. Hal serupa juga disampaikan oleh Aksoy & Kiyei (2011) bahwa citra wisata memiliki keterkaitan dengan representasi mental yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu yang melalui batas persepsi fisik. Citra wisata menurut penulis merupakan gambaran pengetahuan atau hasil desain dari pikiran manusia atas sebuah destinasi tertentu sehingga citra wisata bukan hanya sekadar gambaran visual dari sebuah tempat. Oleh karena itu, citra wisata tidak hanya terbentuk oleh apa yang dilihat oleh mata, tetapi juga tentang apa yang dipahami oleh pikiran dan dirasakan oleh hati manusia.

Citra wisata sebagai suatu entitas tentunya memiliki faktor – faktor yang mempengaruhinya. Menurut Coban dalam (Adam, 2022) terdapat enam faktor dengan pengaruh signifikan terhadap citra wisata yaitu : 1) daya tarik wisata; 2) fasilitas dasar; 3) budaya; 4) infrastruktur; 5) lingkungan alam; 6) dan ekonomi. Indikator yang

digunakan untuk mengukur citra wisata menurut Nizhamuddin dalam (Kencana & Facrura, 2023) antara lain 1) citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*); 2) Citra yang unik (*unique image*); 3) dan citra destinasi afektif (*affective destination image*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* teknik. Menurut (Sugiyono, 2019)

nonprobability sampling ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. maka penelitian ini akan menggunakan *teknik nonprobability sampling* dengan melakukan *sampling incidental*. Menurut (Sugiyono, 2019) *sampling incidental* merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menentukan anggota sampel berdasarkan siapa saja yang ditemui peneliti sehingga dapat dikatakan jika anggota sampel ditentukan secara kebetulan atau tanpa perencanaan khusus. Data pada penelitian diperoleh dengan melibatkan 80 responden yang merupakan pengunjung di Museum Trinil.

Instrumen dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada 80 pengunjung Museum Trinil dengan ketentuan usia di atas 17 tahun. Kuesioner berupa pernyataan menggunakan Skala Likert dengan interval 1 – 4. Untuk pernyataan positif digunakan skor 4 pada kriteria sangat setuju, skor 3 pada kriteria setuju, skor 2 pada kriteria tidak setuju, dan skor 1 pada kriteria sangat tidak setuju. Untuk pernyataan negatif bobot skor pada kriteria sangat setuju sebesar 1, kriteria setuju sebesar 2, kriteria tidak setuju sebesar 3, dan kriteria sangat tidak setuju sebesar 4. dengan bobot nilai 4.

Penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda dapat dirumuskan secara matematis dengan persamaan sebagai berikut (Paiman, 2019) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pengunjung

b₁ b₂ : Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

a : Konstanta

X₁ : Kualitas Layanan X₂: Citra Wisata

€ : Error term

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji instrumen apakah layak untuk digunakan. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Setelah instrumen dinyatakan valid maka dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* nilai $r_{kritis} > 0,60$ dimana nilai tersebut didasarkan pada Sugiyono dalam (Riyono dkk., 2016) jika syarat tersebut terpenuhi maka instrumen reliabel. Lebih lanjut, dilakukan uji asumsi klasik dengan melakukan analisis pada uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji linieritas. Data yang memenuhi persyaratan uji asumsi klasik dapat dilakukan pengujian berikutnya yaitu uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial. Uji f untuk mengetahui secara simultan dan uji koefisien determinasi untuk mendapatkan

presentase variasi variabel independen terhadap model yang diterapkan oleh variabel dependen (Paiman, 2019). Untuk melakukan pengolahan pada data digunakan SPSS versi 17.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan peneliti adalah mengetahui apakah kualitas layanan dan citra wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil. *Microsoft Excel* dan SPSS versi 17 digunakan untuk analisis data.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov – Smirnov. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka uji normalitas dianggap terpenuhi.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		80
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.93197334
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.108
	<i>Positive</i>	.108
	<i>Negative</i>	-.082
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.962
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.312
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai yang dihasilkan adalah nilai *asymp sig.* sebesar 0,312 sehingga $> 0,05$. Nilai tersebut mampu membawa kesimpulan bahwa nilai residual dari data penelitian memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui nilai multikolinearitas maka digunakan variance inflation factor (*VIF*) (Rodliyah, 2021). Model regresi yang dianggap baik menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai *VIF* menunjukkan $< 10,00$.

Tabel 3. 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
1 (Constant)	11.245	1.734		6.484	.000			
Kualitas Layanan	.304	.135	.322	2.254	.027	.530	1.886	
Citra Wisata	.099	.126	.112	.786	.435	.530	1.886	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Hasil uji multikolinearitas dengan nilai *tolerance* untuk variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,530 dan nilai *VIF* sebesar 1,886. Untuk variabel citra wisata (X_2) memiliki nilai *tolerance* dan *VIF* sebesar 0,530 dan 1,886. Nilai tersebut menunjukkan *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10,00 untuk kedua variabel sehingga membawa hasil bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
1 (Constant)	.420	1.087		.387	.700	
KualitasLayanan	.041	.085	.076	.490	.626	
Citra Wisata	.023	.079	.045	.292	.771	

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Tabel tersebut menampilkan informasi nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,626 dan variabel citra wisata (X_2) dengan nilai signifikansi 0,771. Nilai tersebut menunjukkan hasil $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) tidak memiliki gejala heterokedastisitas.

d. Uji Linieritas

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 3.11 diketahui nilai signifikansi *linearity* untuk variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,000. Untuk variabel citra wisata (X_2) nilai signifikansi *linearity* sebesar 0,001. Nilai kedua variabel tersebut menunjukkan angka $< 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variabel dengan variabel dependen memiliki hubungan yang linier dan uji linearitas sudah terpenuhi.

1. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Kepuasan Pengunjung * Kualitas Layanan	<i>Linearity</i>	56.318	1	56.318	16.145	,00
Kepuasan Pengunjung * Citra Wisata	<i>Linearity</i>	39.228	1	39.228	11.900	,001

a. Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Pada tabel 4 Menunjukkan bahwa nilai konstanta (α) adalah 11.245. Nilai β untuk kualitas layanan sebesar 0,304 dan nilai β untuk citra wisata sebesar 0,099. Melalui interpretasi tersebut maka dapat diperoleh analisa persamaan regresi linier berganda $Y = 11,245 + 0,304 + 0,099$.

b. Uji T

Tabel 5. Hasil Uji T

<i>Coefficientsa</i>						
Mode		B	S d. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.245	1.734		6.484	.000
	Kualitas Layanan	.304	.135	.322	2.254	.027
	Citra Wisata	.099	.126	.112	.786	.435

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Pada tabel 5 merupakan hasil Uji T yang menunjukkan interpretasi sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan menunjukkan angka 0,027. Hal ini berarti variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian, H_1 diterima.
- b. Nilai signifikansi pada variabel citra wisata menunjukkan angka 0,435. Hal ini berarti variabel citra wisata (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian, H_2 ditolak

c. Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA^b						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	58.681	2	29.340	7.662	.001 ^a
	<i>Residual</i>	294.869	77	3.829		
	<i>Total</i>	353.550	79			
<i>a. Predictors: (Constant), Citra Wisata, Kualitas Layanan</i>						
<i>b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung</i>						

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Berdasarkan hasil dari uji F yang tersaji pada tabel 6 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001 dan $< 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) memiliki pengaruh simultan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian, H_3 diterima.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.407 ^a	.166	.144	1.957
<i>a. Predictors: (Constant), Citra Wisata, Kualitas Layanan</i>				

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 17

Berdasarkan tabel 7 nilai *adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,144. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 0,144 atau 14%. Artinya kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kualitas layanan dan citra wisata sebesar 14% dan 86% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Trinil

Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada variabel penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Pernyataan tersebut didasarkan pada hasil yang ditunjukkan uji T dengan nilai T hitung sebesar $0,027 < 0,05$. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Pradita dkk., 2024) yaitu adanya pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Monumen Yogya Kembali. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Safitasari & Maftukhah, 2017) juga mendapatkan hasil yang sama dimana kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil. Pada variabel kualitas layanan terdapat dominasi pada instrumen bukti langsung. Temuan tersebut menyatakan bahwa pihak Museum Trinil menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman untuk pengunjung seperti tempat ibadah, pendopo untuk mengadakan kegiatan, tempat istirahat, lahan parkir, lokasi bermain anak, dan lapak UMKM di sekitar. Selain itu, petugas Museum Trinil memberikan bantuan apabila terdapat pengunjung yang kebingungan dalam memahami situs bersejarah ini. Bantuan berupa panduan berwisata juga ditawarkan oleh petugas setiap terdapat pengunjung. Di saat tersebut, petugas akan menjelaskan peristiwa di masa pra sejarah, temuan yang ada di Museum Trinil, hingga bagaimana manusia memulai peradabannya. Semakin tinggi dan memadai kualitas layanan yang diberikan pihak pengelola Museum Trinil maka semakin meningkat pula kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan sekali perhatian dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung baik dari segi keandalan, daya tanggap petugas, jaminan, empati, dan bukti langsung yang dapat berupa fasilitas dan sarana wisata lainnya. Dengan kepuasan yang dirasakan pengunjung melalui kualitas layanan maka objek wisata akan semakin hidup.

Pengaruh Citra Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Trinil

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bobot koefisien variabel citra wisata (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) tidak memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,435. Hasil tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sangkaeng dkk., 2015) yaitu tidak adanya pengaruh yang signifikan antara citra pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken. Penelitian tersebut menyampaikan informasi bahwa meningkat atau tidaknya citra pariwisata tidak berpengaruh pada meningkat atau menurunnya kepuasan wisatawan di Taman Laut Bunaken.

Salah satu alasan citra wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trinil dikarenakan banjir informasi di internet telah mengubah cara orang memperoleh pengetahuan tentang sejarah masa lalu. Pengunjung mungkin datang ke Museum Trinil dengan harapan tertentu atau tujuan edukasi yang sudah ditentukan sebelumnya. Sedangkan dalam era informasi digital saat ini, pengunjung dapat dengan mudah mencari informasi sejarah atau arkeologi yang sama atau bahkan lebih detail secara online. Hal ini dapat mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi museum fisik, terlepas dari citra wisata yang dimiliki oleh museum

tersebut. Meskipun memiliki citra wisata yang baik, tanpa pengetahuan atau minat dari masyarakat, citra tersebut tidak akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, perlu upaya yang lebih aktif dalam mempromosikan keunikan dan nilai dari Museum Trinil serta menyediakan pengalaman yang lebih menarik dan informatif bagi para pengunjung. Selain itu, citra wisata yang dibangun hanya fokus pada beberapa aspek tertentu dari museum dapat mempengaruhi bagaimana pengunjung menilai nilai keseluruhan dan keunikan dari museum tersebut. Hal semacam ini perlu diperhatikan dengan meningkatkan pameran yang interaktif serta program – program yang edukatif sesuai dengan perkembangan zaman. Tentunya hal tersebut akan mempengaruhi citra wisata yang digambarkan oleh pengunjung.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Trinil

Berdasarkan hasil uji variabel kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) dengan nilai signifikansi 0,001. . Sementara hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,144 atau 14% yang bermakna bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung (Y) sebesar 14%. Interpretasi dari nilai tersebut adalah semakin tinggi kualitas layanan (X_1) yang diberikan oleh pengelola dan citra wisata (X_2) Museum Trinil maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung di Museum Trinil (Y). Semakin rendah kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) maka semakin rendah pula taraf kepuasan pengunjung di Museum Trinil.

Hasil yang diperoleh penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Apriliyanti dkk., 2020). Penelitian tersebut mengungkap bahwa variabel daya tarik wisata, citra destinasi, dan sarana wisata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Secara parsial, variabel daya tarik wisata dan citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung sedangkan variabel sarana wisata dianggap dianggap memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berlandaskan temuan – temuan tersebut dapat digarisbawahi bahwa pengelolaan kualitas layanan dan citra wisata sangat penting pada objek wisata guna menyentuh level maksimal kepuasan pengunjung. Terlihat jelas bahwa kualitas layanan dan citra wisata bukanlah tugas sampingan pengelola Museum Trinil tetapi merupakan sebuah kewajiban karena kepuasan pengunjung akan memantik *future purchase behaviour* (Zulkarnain, 2017). Kondisi tersebut tentu saja akan mempengaruhi siklus hidup situs Museum Trinil.

Kesimpulan

Berdasarkan dari rangkaian penelitian yang telah ditempuh dengan metode regresi linear berganda maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Museum Trinil. Artinya semakin layak kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin besar kepuasan pengunjung di Museum Trinil. Citra wisata (X_2) yang dimiliki oleh Museum Trinil secara langsung tidak berkontribusi atau mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung

(Y) secara signifikan Kualitas layanan (X_1) dan citra wisata (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Artinya jika kualitas layanan di Museum Trinil ditingkatkan dan citra wisata yang dimiliki juga dikelola dengan baik maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini penulis memberikan saran – saran untuk membawa manfaat. Bagi pihak pengelola Museum Trinil disarankan untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung . Upaya peningkatan kualitas layanan ini dapat dilakukan dengan cara pelatihan pegawai, perbaikan fasilitas hingga pengembangan program pelayanan yang lebih baik. Pada penelitian ini tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara citra wisata terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dorongan dalam meningkatkan citra wisata. Hal ini bisa dilakukan melalui promosi yang lebih agresif, kemitraan strategis dengan pihak terkait, atau pengembangan konten yang menarik untuk meningkatkan daya tarik wisata. Aspek kualitas layanan dan citra wisata perlu diperhatikan dalam hal pariwisata. Oleh karena itu, pihak pengelola disarankan untuk mengintegrasikan strategi yang holistik atas kedua aspek tersebut. Bagi pemangku kepentingan, perlu memberikan dukungan dan mendorong kerjasama antara Museum Trinil dengan pihak terkait guna memperluas jangkauan promosi dan mendukung pengembangan destinasi wisata.

Daftar Pustaka

- Adam, K. A. (2022). Pengaruh E-Word Of Mouth dan Citra Wisata Terhadap Niat Berkunjung Pada Wisata Pantai Firdaus Kecamatan Kema. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1194–1204.
- Aksoy, R., & Kiyel, Ş. (2011). A destination image as a type of image and measuring destination image in tourism (Amasra Case). *European Journal of Social Sciences*, 20(3), 478–488.
- Simamora, Bilson. (2003). Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel. PT Gramedia Pustaka Utama
- Apriliyanti, Ester., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Idrus, Salim Al. (2019). Kualitas Layanan Dan Keputusan Pembelian : Konsep & Teori. Media Nussa Creative
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Irawan, Handi. (2011). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. ... , *Digital & Creative Arts and Event*, 1, 78–88. Retrieved from <https://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/view/13%0Ahttps://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/download/13/10>

- Paiman. (2019). *Korelasi Dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian*. Retrieved from <http://repository.upy.ac.id/2068/1/paiman.pdf>
- Riyono, M. R., Sulistiowati, & Churniawan, A. D. (2016). Analisis Pengaruh Website Stikom Institutional Repositories (Sir) Pada Institut Bisnis Dan. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Dinamika (JSIKA)*, 5(12), 1–10.
- Rodliyah, L. (2021). *Pengantar Dasar Statistika*. Jombang: LPPM Unhasy Tebuireng.
- Safitasari, C., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Promosi dan Citra Destinasi Terhadap kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 311–319. Retrieved from <http://maj.unnes.ac.id>
- Salamah, P., Sawitri, D., & Rahman, Y. (2017). Kepuasan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Kimal Park Bendungan Tirtashinta Wonomarto. *Journal Of Planning and Policy Development*, 0(0), 1–18.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2020). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Septiandari, W., dkk. (2021) Pengaruh Citra Destiasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna. *Competence : Journal of Management Study*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sukmamedian, H., & Nensi Lapotulo. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. *Jurnal Mekar*, 1(1), 34–40. <https://doi.org/10.59193/jmr.v1i1.20>
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2018). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207. <https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.207-221>
- Wibawa, R. P., & Tiarawati, D. A. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Sederhana Abadan Mitra. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 3(2). Retrieved from <https://e-journal.unipma.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/663/595>
- Zulkarnain. (2017). *Ilmu Menjual Edisi 2*. Yogyakarta : Expert