

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MUSEUM SULTAN MAHMUD  
BADARUDDIN II PALEMBANG**



**Skripsi**

**Nama : Muhammad Nico Tandanu**

**Nim : 212019258**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

**Skripsi**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MUSEUM SULTAN MAHMUD  
BADARUDDIN II PALEMBANG**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada**

**Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Muhammad Nico Tandanu**

**Nim : 212019258**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Nico Tandanu  
Nim : 212019258  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul UP : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap  
Kepuasan Pengunjung pada Museum Sultan  
Mahmud Badaruddin II Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan normayang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 25 Februari 2023



Muhammad Nico Tandanu

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap  
Kepuasan Pengunjung Museum Sultan Mahmud  
Badaruddin II Palembang.  
Nama : Muhammad Nico Tandar  
Nim : 212019258  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal, Februari 2023

Pembimbing I

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M

NIDN: 0206016702

Pembimbing II



Nadia Afriliana, S.E., M.Si

NIDN: 0219048501

Mengetahui, Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya  
kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri.”*

*(Q.S Al-Ankabut: 6)*

Persembahan:

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku
2. Saudara dan Keluargaku



## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. Yang mana skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada orang tua ku tercinta dan seluruh keluarga besarku semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dan melindungi mereka dimanapun berada Aamiin.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan sertamotivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani S.E.,M.Si dan Bapak Mister Chandra S.Pd.,M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Sri Rahayu S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan ibu Nadia Afriliana S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan dan masukan yang sangat berguna sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Anggreany Hustia, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk penulis membuat skripsi.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuanganku Robby Decaniago, Imam Ghazali, Yandhikara,

Luluk Oktiani, dan Vivin Wiranti Nirwana yang telah banyak membantu ide dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

9. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Angkatan 2019

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan pihak manapun yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, 25 Februari 2023



Muhammad Nico Tandanu



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	ii
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>PRAKATA</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II</b> .....	9
<b>KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	9
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	9
<b>B. Penelian Sebelumnya</b> .....	18
<b>BAB III</b> .....	26
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	26
<b>A. Jenis Penelitian</b> .....	26
<b>B. Lokasi Penelitian</b> .....	27
<b>C. Operasionalisasi Variabel</b> .....	28
<b>D. Populasi dan Sampel</b> .....	29
<b>E. Data yang Diperlukan</b> .....	30

<b>F. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>31</b>
<b>G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>63</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>63</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Hasil Pra Riset .....	5
Tabel II.1. Persamaan dan Perbedaan .....	22
Tabel III.1. Operasional Variabel.....	28
Tabel IV.1. Uji Validitas .....	42
Tabel IV.2. Uji Reliabilitas .....	43
Tabel IV.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel IV.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel IV.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung .....	45
Tabel IV.6. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pengunjung .....	46
Tabel IV.7. Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	49
Tabel IV.8. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel IV.9. Regresi Linier Berganda .....	53
Tabel IV.10. Uji F .....	55
Tabel IV.11. Uji t .....	56
Tabel IV.12. Koefisien Determinasi .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran .....	22
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Jadwal Penelitian

Lampiran 2. Daftar Kuisioner Untuk Responden

Lampiran 3. Data Karakteristik Responden dan Data Jawaban Responden

Lampiran 4. Distribusi Responden (Identitas Responden)

Lampiran 5. Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 7. Regresi, Uji T, Uji F

Lampiran 8. Tabel r

Lampiran 9. Tabel F

Lampiran 10. Tabel t

Lampiran 11 Surat Selesai Riset

Lampiran 12 Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 13 Bukti Pelunasan BPP

Lampiran 14 Sertifikat AIK

Lampiran 15 Sertifikat SPSS

Lampiran 16 Sertifikat Komputer

Lampiran 17 Plagiat Checker

Lampiran 18 Biodata

## ABSTRAK

**Muhammad Nico Tandanu/212019258/2023/ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1. Adakah pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. 2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. 3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 pengunjung yang berkunjung di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang dengan Teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui Kuisisioner (Angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Ada Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang 2. Tidak Ada Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang 3. Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.

**Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung**

## **ABSTRACT**

***Muhammad Nico Tandanu/212019258/2023/ The Effect of Price and Service Quality On Visitor Satisfaction at the Sultan Mahmud Badaruddin II Museum in Palembang.***

*Formulation of the problem in this study 1. Is there an influence of price, and service quality on visitor satisfaction at Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang. 2. Is there an effect of price on visitor satisfaction at Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang. 3. Is there an influence of service quality on visitor satisfaction at Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang. This type of research was associative. The sample used was 100 visitors who visited the Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang with accidental sampling techniques. The data used in this study are primary data. Data collection method used through Questionnaire (Questionnaire). The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study show 1. There was an Influence of Price and Service Quality on Visitor Satisfaction at Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang 2. There was no effect of price on visitor satisfaction at Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang 3. There was an influence of service quality on visitor satisfaction at the Sultan Mahmud Badaruddin II Museum Palembang.*

***Keywords: Price, Quality of Service, Visitor Satisfaction***

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan memiliki teknik strategi pemasaran sendiri dengan cara masing-masing. Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategi perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, terutama saat persaingan dalam industri menunjukkan intensitas semakin tinggi pemasaran merupakan ujung tombak bagi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Bahkan banyak perusahaan yang gagal dan bangkrut karena gagal dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif. Pemasaran yang efektif dapat mempertemukan antara perusahaan dan pelanggannya, baik secara langsung maupun melalui pasar perantara. Menurut Kotler dan Amstrong (2019:1) mengatakan bahwa pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan berbagai produk dan nilai dengan orang lain.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberi pelayanan optimal kepada pelanggan yang datang dan juga dapat dicapai dengan strategi yang sesuai. Dengan harga yang efektif murah dan mudah dijangkau semua kalangan, lalu harga tersebut sesuai dengan pengalaman dan fasilitas yang didapat, pelayanannya pun baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan mudah untuk didapat. Menurut Sangadji



(2013:182) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa yang nyata dengan kinerja sesuai harapan. Jadi jika pelayanan yang diberikan menyebabkan perasaan senang dan membuat ekspektasi hal-hal yang didapat dengan harga yang dibayar sesuai harapan maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Begitu pula sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak baik dan menyebabkan perasaan kecewa serta ekspektasi terhadap hal-hal yang didapat dengan harga yang dibayar tidak sesuai harapan maka kepuasan pelanggan akan tidak tercapai.

Harga dan kualitas pelayanan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut diperkuat dengan teori menurut Indrasari, M. (2019:87-88) yang mengatakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Dengan begitu harga sangat mempengaruhi kepuasan seseorang terhadap produk atau pelayanan yang dibayar. Jika pelanggan tidak puas dengan produk atau pelayanan yang telah mereka bayar maka bisa dikatakan bahwa harga yang diterapkan oleh perusahaan tergolong ketinggian. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) harga dapat didefinisikan secara luas sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang

memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Kualitas pelayanan ini salah satu komponen pemasaran yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler & Keller (2016 : 143) bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu komponen pemasaran yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Hal tersebut karena wujud nyatanya hanyalah dapat dirasakan oleh pelanggan, dan pelanggan yang telah merasakan kualitas pelayanan terbaik dari suatu perusahaan akan memiliki harapan khusus yang belum tentu disediakan oleh merek lain. Perkembangan pariwisata global telah menyaksikan perkembangan pesat baik secara regional maupun internasional, yang ditandai dengan terus bermunculan objek-objek wisata baru di berbagai daerah, dan industri sangat difokuskan di setiap daerah dan kota termasuk wisata di kota Palembang yaitu salah satunya wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II.

Museum Sultan Mahmud Badaruddin II adalah tempat bersejarah yang sekarang dijadikan suatu museum dimana sekarang tergolong sebagai objek wisata yang ada di Kota Palembang. Museum ini memiliki daya tarik yang mana didalamnya banyak sekali hal yang menjelaskan sejarah dan jejak-jejak leluhur dari zaman Kerajaan Sriwijaya (Abad ke-7) sampai dengan Masa Kesultanan Palembang Darussalam. Sebagai museum yang

terkelola terutama di bidang perawatan tentunya museum ini memiliki pengeluaran tiap bulannya untuk merawat barang-barang yang ada di dalamnya, Maka dari itu, pengelola Museum Sultan Mahmud Badaruddin II membuat tarif masuk seharga 5 ribu rupiah untuk menutupi biaya-biaya yang diperlukan untuk museum. Tarif tersebut bukan hanya memberikan fasilitas kepada pengunjung tetapi pengelola juga memberikan pelayanan berupa *tourguide* yang akan memandu pengunjung atau wisatawan untuk mengelilingi isi-isi dari museum.

Terkait menariknya Museum Sultan Mahmud Badaruddin II ini, peneliti melakukan pra riset dengan menggunakan Google Form yang di bagikan kepada masyarakat kota Palembang yang pernah berkunjung ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang berjumlah 40 responden. Dalam Google Form tersebut terdapat 11 pernyataan dimana pernyataan-pernyataan tersebut bermaksud untuk mengetahui pengalaman dan keluhan pelanggan yang pernah berkunjung ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Dari pra riset yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil bahwa masih ada beberapa komponen dari variabel harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan pengelola Museum Sultan Mahmud Badaruddin II yang menyebabkan pelanggan tidak mencapai kepuasan.

**Tabel 1.1**  
**Tanggapan Pengunjung terhadap Museum Sultan Mahmud Badaruddin II**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung	15 (35%)	25 (62,5%)
2	Pengunjung berminat untuk berkunjung kembali	16 (40%)	24 (60%)
3	Pengunjung bersedia merekomendasikan ke orang lain untuk berkunjung	18 (45%)	22 (55%)
4	Harga tarif masuk sesuai terhadap manfaat dan pengalaman yang didapat	27 (67,5%)	13 (32,5%)
5	Terdapat toilet dan lahan parkir dilokasi wisata	32 (80%)	8 (20%)
6	Pemandu wisata bersikap baik terhadap pengunjung	30 (75%)	10 (25%)
7	Pemandu objek wisata tanggap terhadap keluhan pengunjung	16 (40%)	24 (60%)
8	Pengelola objek wisata memberikan sistem keamanan yang ketat	14 (34%)	26 (65%)
9	Tarif masuk tergolong murah atau terjangkau	30 (75%)	10 (25%)
10	Harga tarif masuk sesuai dengan pelayanan yang di dapat	19 (47,5%)	21 (52,5%)
11	Tarif masuk relatif rendah dibandingkan museum yang lain	17 (42,5%)	23 (57,5%)

*Sumber: Hasil Pra Riset, 2022*

Berdasarkan data pada tabel 1.1, ada 11 pernyataan yang dibagikan kepada 40 responden yang bersangkutan dengan variabel kepuasan pengunjung dan indikator yang mempengaruhi kepuasan pengunjung diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Dari hasil pra riset ini terdapat 7 pernyataan yang menyatakan responden tidak menyukai pernyataan tersebut. Berikut peneliti menyimpulkan beberapa masalah sebagai berikut:

Variabel kepuasan pengunjung menunjukkan masalah dimana butir pernyataan 1 yaitu “pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung” menunjukkan ada 62,5% responden yang menyatakan tidak menyukai pernyataan tersebut, lalu butir pernyataan 2 “pengunjung berminat untuk berkunjung kembali” menunjukkan ada 60% responden tidak menyukai pernyataan tersebut dan 55% responden tidak menyukai butir pernyataan 3 “pengunjung bersedia merekomendasikan orang lain untuk berkunjung”. Pernyataan-pernyataan tersebut menunjukkan bahwa banyak responden yang merasa tidak puas dengan apa yang didapat di Museum Sultan Mahmud Badaruddin II

Variabel harga menunjukkan masalah yang ditunjukkan pada butir pernyataan 10 “Harga tarif masuk sesuai dengan pelayanan yang didapat” menunjukkan bahwa ada 52,5% responden yang menyatakan tidak menyukai pernyataan tersebut dan pada butir pernyataan 11 “Tarif masuk relatif rendah dibandingkan museum yang lain” menunjukkan ada 57,5% responden yang tidak menyukai pernyataan tersebut. Dari pernyataan

tersebut bisa disimpulkan bahwa banyak responden yang merasa pelayanan yang didapatkan tidak sesuai dengan harga tarif masuknya dan banyak responden yang merasa ada museum lain yang pelayanannya tergolong sama tetapi tarifnya lebih murah.

Variabel kualitas pelayanan menunjukkan masalah pada butir pernyataan 7 “Pemandu objek wisata tanggap terhadap keluhan pengunjung” terdapat 60% yang tidak menyukai pernyataan tersebut dan terdapat 65% responden tidak menyukai butir pernyataan 8 yaitu “Pengelola objek wisata memberikan sistem keamanan yang ketat”. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang menyatakan bahwa pemandu objek wisata tidak tanggap terhadap keluhan pengunjung dan sistem keamanan yang diberikan pengelola objek wisata masih tergolong lemah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang ?
2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang?

3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Dari penelitian tersebut diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan selama ini di peroleh di perkuliahan.

2. Bagi Tempat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, untuk mempertimbangkan mengenai harga dan kualitas pelayanan dalam praktek pelayanannya.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan atau perbandingan sekaligus tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sama di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Diah Asianti Isnaini, dkk. (2019) . *Metodologi Penelitian Bisnis* : Cetakan Pertama. Noer Fikri. Palembang.
- Donni, Priansa (2017) *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Fandy Tjiptono, (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hidayat, R., Djoko Widodo, D., & Sri Kantun, S. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG NEW STAR CINEPLEX JEMBER. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82-97.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. Amstrong (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong, (2014), “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*”, Penerbit, Erlangga, Jakarta.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alberta.
- Suhartapa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu- Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99-107.
- Susanto, A. A., & Rahayu, T. S. M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Minat Kunjungan Kembali (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Air Owabong Kabupaten Purbalingga). *Media Ekonomi*, 17(2), 102-109.



- Prasastono, N., Yulianto, S., & Pradana, F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kentucky fried chicken semarang candi. Universitas stikubank semarang , 16-22, VO, XI NO,2.
- Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65-74.
- Widanti, S. W., Subkhan, M., & Endarwati, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di museum benteng Vrederbug di Daerah istimewa yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 541-560.