

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE MUSEUM
BALAPUTERA DEWA DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi

Nama : Alfarizi

NIM : 212020097

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

2024

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE MUSEUM
BALAPUTERA DEWA DI KOTA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Alfarizi

NIM : 212020097

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfarizi
NIM : 212020097
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun perguruan tinggi lain.
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 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 norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2024



Alfarizi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap
Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum
Balaputera Dewa Di Kota Palembang
Nama : Alfarizi
NIM : 212020097
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2024

Pembimbing I.

Pembimbing II,


Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M
NIDN : 0206016702


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

MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah manusia yang paling banyak manfaatnya bagi manusia”

(HR. Ahmad)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S.Al Baqarah 286:2)

“Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup maka Allah akan membayar tuntas semua kecewa mu dengan beribu kebaikan”

(Ali bin Abi Thalib)

“Belajarlah untuk mengerti, bahwa segala sesuatu yang baik untukmu tidak akan Allah izinkan pergi kecuali akan diganti dengan yang lebih baik”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur, doa, cinta,
dan kasih sayang skripsi ini
kupersembahkan untuk :

- ❖ Kedua orangtua ku
Ayahanda Alm. R. Edy
Junaidi Hasan dan Ibunda
R.A Fitri
- ❖ Seluruh keluarga besarku
- ❖ Pembimbing skripsi ku
- ❖ Sahabat dan teman-teman
seperjuangan
- ❖ Almamater kebanggaan

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. Atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang ini dengan tepat waktu.

Atas selesainya skripsi sebagai dari tugas akhir ini, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua Ayahanda (Alm. R. Edy Junaidi Hasan) dan Ibunda (R.A Fitri) yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam hal apapun. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. 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., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E.,M.M dan Ibu Nadia Afriliana, S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan dan staf karyawan Museum Balaputera Dewa Palembang yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
7. Kepada saudara kandungku “Hasan Family” Alfin Gustianto.,S.E , Irda Wahyuni.,A.Md, Hatta Setyo, Rachmad Hidayat, Irma Distyani, Ahmad Fauzi.,S.T yang selalu memberi dukungan dalam hal apapun.
8. Kepada teman yang selalu menemani dan memberi semangat kepada saya Andi & Ricky.
9. Dan terakhir terimakasih pada diri sendiri yang telah kuat dan bisa bertahan untuk menjalani ini semua.

Demikianlah skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Palembang, Mei 2024



Alfarizi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Landasan Teori	11
2. Penelitian Sebelumnya	31
B. Kerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Operasionalisasi Variabel.....	42
D. Populasi dan Sampel	43
E. Data yang Diperlukan	44
F. Metode Pengumpulan Data	45

G. Analisis Data dan Teknik Analisis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data kunjungan wisatawan	7
Tabel I.2 Data Destinasi Dan Objek Wisata yang populer di Provinsi Sumatera Selatan	8
Tabel I.3 Prariset penelitian indikator keputusan pengunjung Museum Balaputra Dewa	9
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel IV.6 Uji Validitas	51
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas	52
Tabel IV.8 Hasil Jawaban Responden Keputusan Berkunjung (Y).....	53
Tabel IV.9 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan (X1).....	55
Tabel IV. 10 Hasil Jawaban Responden Promosi (X2)	56
Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel IV.12 Uji F	59
Tabel IV.13 Uji t	60
Tabel IV.14 Koefisien Determinasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Jadwal penelitian
- Lampiran : Kuesioner
- Lampiran : Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran : Uji Instrumen
- Lampiran : Regresi Linear Berganda
- Lampiran : Tabel distribusi r
- Lampiran : Tabel distribusi F
- Lampiran : Tabel distribusi t
- Lampiran : Surat Keterangan Lunas BPP
- Lampiran : Surat Keterangan Selesai Riset dari Tempat Penelitian
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran : Lembaran Perbaikan Skripsi
- Lampiran : Plagiat Cheker
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran : Sertifikat Aplikasi Komputer dan Bisnis
- Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Pengelolaan Bisnis
- Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan E-Commerce
- Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Marketing Strategy
- Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan Strategi Pemasaran
- Lampiran : Sertifikat SKPI Pelatihan SPSS
- Lampiran : Biodata Penulis

ABSTRAK

Alfarizi / 212020097 / 2024 / Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik Non Probability Sampling dengan menggunakan metode Purposive Sampling. Data yang diperlukan adalah data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Ada Pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang, 2) Ada Pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang, 3) Ada Pengaruh signifikan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa Di Kota Palembang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

Alfarizi / 212020097 / 2024 / The Influence of Service Quality and Promotion on Tourists' Visiting Decisions at the Balaputera Dewa Museum in Palembang City.

The formulation of the problem in this research is whether there is an influence of service quality and promotion on tourists' decisions to visit the Balaputera Dewa Museum in Palembang City. The aim of this research is to determine the influence of service quality and promotion on tourists' decisions to visit the Balaputera Dewa Museum in Palembang City. This research includes associative research. The sample in this study was 100 people with a Non Probability Sampling technique using the Purposive Sampling method. The data required is primary data. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis show that: 1) There is a significant influence of service quality and promotion on tourists' decision to visit the Balaputera Dewa Museum in Palembang City, 2) There is a significant influence of service quality on tourists' decision to visit the Balaputera Dewa Museum in Palembang City, 3) There is a significant influence Promotion of Tourists' Decision to Visit the Balaputera Dewa Museum in Palembang City.

Keywords: *Service Quality, Promotion and Visiting Decisions*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang memiliki tujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikannya produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan memuaskan konsumen dan calon konsumen (Stanton, 1996). Pada saat ini pemasaran tidak hanya tentang produk saja tetapi juga jasa diantaranya objek wisata yang memberikan pengalaman dan pengetahuan yang bisa didapatkan oleh wisatawan. Industri pariwisata sudah menjadi salah satu sektor perekonomian yang sangat penting di Indonesia, termasuk di Kota Palembang. Semakin berkembangnya perekonomian juga makin meningkatkan persaingan diantara para pelakunya. Industri pariwisata lambat laun telah menjadi salah satu bagian dari kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, setelah kebutuhan mendasar lain, seperti sandang, pangan, dan papan telah terpenuhi.

Salah satu jenis wisata yang dapat dikembangkan di kota Palembang diantaranya adalah museum. Museum merupakan tempat yang penting bagi wisatawan dan penduduk lokal karena menyediakan kekayaan informasi dan beraneka ragam koleksi sejarah yang menghiasi tiap sudut ruangan. Yang lebih

penting lagi, museum dapat memainkan peran kunci dalam kehidupan dan bisa menjadi catatan dalam buku - buku wisata atau tempat singgah wisatawan.

Museum adalah sebuah lembaga nirlaba yang bersifat permanen yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan, dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan tak benda beserta lingkungannya, untuk tujuan pendidikan, penelitian, dan hiburan" (*ICOM Statutes, adopted by the 22nd General Assembly (Vienna, Austria, 24 August 2007)*). Museum mengelola bukti material hasil budaya dan/atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata untuk dikomunikasikan dan dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen, temporer, dan keliling. Umumnya museum menawarkan program dan kegiatan yang menjangkau seluruh pengunjung, termasuk orang dewasa, anak-anak, seluruh keluarga, dan tingkat profesi lainnya. Program untuk umum terdiri dari perkuliahan atau pelatihan dengan staf pengajar, orang-orang yang ahli, dengan film, musik atau pertunjukkan tari, dan demonstrasi dengan teknologi.

Museum juga berkontribusi terhadap kualitas hidup penduduk dengan menyediakan sebuah platform atau tempat untuk mempromosikan kegiatan komunitas budaya dan sejarah serta tempat bagi mereka untuk bertemu dengan banyak orang. Museum menunjukkan icon/identitas suatu negara, daerah dan budaya yang membantu mendefinisikan seseorang. Museum yang juga merupakan destinasi pariwisata pasti memiliki tujuan untuk dapat dikenal masyarakat yang

kemudian memutuskan untuk melakukan kunjungan ke museum tersebut. Keputusan berkunjung menurut Jannah dkk (2014: 3) adalah Keputusan yang diambil oleh seseorang sebelum mengunjungi suatu tempat atau wilayah dengan mempertimbangkan beberapa faktor.

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi pemilik sektor jasa untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Menurut teori dalam (Atmaja 2018) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, dan proses lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut. Meningkatkan kualitas pelayanan menjadi langkah yang sangat penting dalam menarik dan mempertahankan minat pengunjung agar mau berkunjung ke Museum Balaputera Dewa. Selain itu, terus memantau dan mengevaluasi efektivitas upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dapat membantu pengelola museum mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan dan menjaga daya tarik museum dalam jangka panjang. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, yang pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk datang berkunjung, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan berkontribusi pada kesuksesan museum sebagai objek wisata.

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah

setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk/jasa melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli (Kotler dan Keller, 2019: 166). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis (Kotler, 2016 : 202). Menurut Kotler dan Keller (2013; 183), mendefinisikan minat berkunjung adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam berkunjung ke suatu tempat, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Banyak faktor yang dapat menunjang minat dan keinginan wisatawan untuk datang berkunjung ke museum, salah satunya yaitu kualitas pelayanan yang baik. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang

menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan minat untuk berkunjung . Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Pelayanan menurut Kasmir (2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan dalam hal ini berarti perusahaan memperoleh umpan balik (feed back) berupa tanggapan pelanggan tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut menyebutkan lima dimensi.

Kesuksesan perusahaan dalam memenangkan hati para konsumen tentunya tidak mudah. Dilakukan berbagai cara untuk dapat mengetahui apa yang menyebabkan konsumen mau datang berkunjung untuk melakukan suatu keputusan pembelian salah satunya yaitu mengukur indikasi yang berdampak dalam kemajuan perusahaan. Menurut Priansa (2017:210) terdapat lima indikator dari kualitas

layanan yaitu Reliability (Kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat. Tangibles (Bukti fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut. Responsiveness (Daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Assurance (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri. Empathy (Empati), yaitu perhatian, perhatian yang diberikan khusus pelanggan.

Suatu produk atau jasa yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang murah, namun tidak dikenal oleh pasar maka segala kelebihan atribut yang dimiliki produk dan jasa tersebut menjadi sia-sia. Usaha untuk mengenalkan produk kepada pasar yaitu dilakukan strategi promosi. Konsep yang dipakai untuk mengenalkan produk yaitu promotion mix, kegiatan- kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli (Swastha dan Handoko, 2014; 28). Sementara Menurut Kotler, Philip, Bowen, dan Makens (2016:74) bahwa promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari produk dan membujuk konsumen untuk membelinya.

Sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki sejarah panjang, Sumatera Selatan tentu memiliki berbagai benda peninggalan bersejarah. Museum Balaputera Dewa adalah salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk menarik kunjungan wisatawan, baik lokal maupun internasional. Museum Balaputra Dewa adalah museum yang terletak di Sumatera Selatan dengan lokasi tepat di Jalan Srijaya I No.28, Kota Palembang. Dengan memiliki luas lahan sekitar

23.565 m2 ini banyak menyimpan 10 jenis koleksi dan mencapai hingga 3.882 jumlah koleksinya. Museum Balaputera Dewa menyimpan berbagai koleksi dari zaman pra-sejarah, zaman Kerajaan Sriwijaya, zaman Kesultanan Palembang, hingga ke zaman kolonialisme Belanda. Agar objek wisata Museum Balaputera Dewa ini mampu untuk terus berkembang dan menjadi objek wisata yang diminati banyak orang maka perlu diadakannya upaya-upaya pengelolaan dalam pemasaran promosi jasanya. Karakteristik dan pemberian nilai manfaat objek wisata menjadi hal yang penting dalam menetapkan kebijakan yang akan dilakukan selanjutnya dan juga dengan melakukan perhitungan nilai manfaat objek wisata ini kan menjadi menarik minat investor baik pemerintah maupun dari pihak swasta.

Tabel I.1
Kunjungan Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Umum
1.	2021	5.405
2.	2022	8.758
3.	2023	6.725

Sumber : Museum Negeri Nasional 2023

Berdasarkan data kunjungan diatas dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan mengalami naik turun yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2021 jumlah kunjungan sebanyak 5.405 pengunjung, selanjutnya pada tahun 2022 mengalami kenaikan lagi menjadi 8.758 pengunjung dan pada bulan november 2023 sebanyak 6.725 pengunjung. Data ini adalah wisatawan umum yang benar-

benar mengunjungi museum dengan kesadaran sendiri dan bukan kunjungan dari instansi/pihak sekolah. Untuk memasarkan objek dan daya tarik wisata yang dimiliki Provinsi Sumatera Selatan, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan melakukan berbagai program promosi baik di dalam Provinsi maupun di luar provinsi serta promosi di luar negeri juga. Pemasaran merupakan upaya pendapatan dan penjualan dengan memberikan informasi kepada wisatawan. Promosi yang dapat menunjang pertumbuhan objek wisata yang ada di Provinsi Sumatera Selatan, berikut objek wisata populer yang ada di Provinsi Sumatera Selatan:

Tabel I.2
Data Destinasi Wisata Yang Populer Di Provinsi Sumatera Selatan

No	Indikator	Objek Wisata
1.	Wisata Alam	Sungai Musi, Danau Ranau, Gunung Dempo, Kota Pagar Alam, Pulau Kemaro, Hutan Wisata Pundi Kayu, Goa Putri Di Baturaja, Air terjun Bidadari, Curug Maung Lahat, Air Terjun Bedegung di Muara Enim
2.	Wisata Sejarah dan Budaya	Jembatan Ampera, Masjid Agung, Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Kampung Batu Urip Lubuk Linggau, Kampung Al Munawar
3.	Wisata Hasil Buatan Manusia	Jakabaring Sport City, Sudirman Walk, Kampung Warna-warni Lubuk Linggau, Alquran Al-Akbar, Perkantoran terpadu PEMKAB Ogan Ilir

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan

Berdasarkan tabel data destinasi wisata populer di provinsi Sumatera Selatan dari indikator wisata sejarah dan budaya terdapat berbagai tempat wisata diantaranya Jembatan Ampera, Masjid Agung, Museum Mahmud Badaruddin II, Kampung Batu Urip Lubuk Linggau, dan Kampung Al-Munawar. Dimana objek wisata Museum Balaputera Dewa masih kurang diminati oleh wisatawan.

Tabel I.3
Prariset penelitian indikator keputusan pengunjung Museum Balaputra Dewa

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
Keputusan Pembelian			
1.	Produk yang ditawarkan di objek wisata Museum Balaputra Dewa sangat beragam.	14	16
2.	Waktu pembelian tiket wisata Museum Balaputra Dewa dapat dilakukan di luar jam kerja.	0	30
3.	Pembayaran tiket wisata Museum Balaputra Dewa dapat dilakukan secara online/m-banking/via transfer.	3	27
Kualitas Pelayanan			
4.	Kebersihan terjaga di Museum Balaputra Dewa.	13	17
5.	Objek terawat di Museum Balaputra Dewa.	4	26
6.	Petugas dapat diandalkan dalam membantu pengunjung yang mengalami masalah.	14	16
7.	Apakah petugas memberikan perhatian terhadap pengunjung yang datang	11	19
8.	Petugas ramah dan sopan terhadap pengunjung yang datang	20	10
9.	Petugas mengerti keinginan konsumen dalam memberikan pelayanan	21	9
Promosi			
10.	Pihak objek wisata sangat gencar melakukan promosi.	14	16
11.	Mengetahui objek wisata dari iklan yang dilayangkan.	13	17
12.	Promosi yang ditawarkan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.	11	19

Sumber : Hasil Kuesioner Pendahuluan, 2023

Berdasarkan hasil prariset di atas dapat diketahui bahwa terlihat sebagian besar responden memilih tidak setuju atas pernyataan-pernyataan tersebut. Dimana 16 berpendapat tidak setuju dan 14 orang setuju mengenai produk yang ditawarkan di objek wisata Museum Balaputra Dewa sangat beragam. 30 orang berpendapat tidak setuju jika waktu pembelian tiket dapat dilakukan di luar jam kerja. 16 orang tidak setuju dan 14 orang setuju mengenai pihak objek wisata sangat gencar melakukan promosi. 20 orang setuju dan 10 orang tidak setuju Petugas ramah dan sopan terhadap pengunjung yang datang. 21 orang setuju dan 9 orang tidak setuju Petugas mengerti keinginan konsumen dalam memberikan pelayanan. 27 orang

tidak setuju dan 3 orang setuju pembayaran tiket masuk Museum Balaputra Dewa dapat dilakukan secara *online/m-banking/* via transfer. 17 orang tidak setuju dan 13 orang setuju mengetahui iklan dari promosi yang dilayangkan. 19 orang tidak setuju dan 11 orang setuju promosi yang ditawarkan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. 17 orang tidak setuju dan 13 orang setuju kebersihan terjaga di Museum Balaputra Dewa. 26 orang tidak setuju dan 4 orang setuju objek terawat di Museum Balaputra Dewa. 16 orang tidak setuju dan 14 setuju petugas dapat diandalkan dalam membantu pengunjung yang mengalami masalah. 19 orang tidak setuju dan 11 orang setuju petugas memberikan perhatian terhadap pengunjung yang datang. 17 orang tidak setuju dan 13 orang setuju penampilan sarana dan prasarana dilokasi terawat dengan baik. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi yang saat ini diterapkan di objek wisata Museum Balaputera Dewa belum cukup baik. Guna meneliti lebih lanjut mengenai keterkaitan indikator di atas maka dari itu peneliti mengambil judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Museum Balaputera Dewa.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Museum Balaputera Dewa Palembang.

b) Bagi Museum Balaputera Dewa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Museum Balaputera Dewa dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan Promosi.

c) Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti hal serupa dengan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Jatmika Diyatma. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Asiati, D. I., dkk. (2019). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. 2015. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta : PUBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Deepublish.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2018. *Marketing Management. Pearson Prentice Hall*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P and K.L Keller. (2017). *Marketing Manajement 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, P., & Kettler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (12 ed.)*. PT. Indeks.
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2020. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono, 2016 *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI),
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan T Hani Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. BPFE. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Penerbit Andi, Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Andi.

Zebua, Manahati. 2018. *Pemasaran Pariwisata*. edisi Revisi, jilid 1. Yogyakarta: Budi Utama.