PENGARUH BAURAN JASA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA MUSEUM

DI KOTA PALEMBANG

Skripsi

Nama : Maryanti

Nim : 212015151

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PENGARUH BAURAN JASA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA MUSEUM

DI KOTA PALEMBANG

Untuk Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Nama : Maryanti

Nim : 212015151

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maryanti
NIM : 212015151
Kosentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Museum Di Kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan beelum pernah diajukan untuk mendapatkan gelas Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pendamping.
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 daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buiat dengan sesungguhnya dan apbila 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, Januari 2019

Maryanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Museum di Kota Palembang

Nama	: Maryanti
NIM	: 212015151
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Februari 2019

Pembimbing I,

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

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Februari 2019

Pembimbing II,

Zuhriyah, S.E., M.Si
NIDN: 0018105606

Mengetahui,
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E, M.Si
NIDN: 0216057001

MOTO :

"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar"

(Al-Baqarah: 153)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap"

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

"Jadi Diri Sendiri, Cari Jati Diri, dan Dapatkan Hidup Yang Mandiri
Optimis, Karena Hidup Terus Mengalir Dan Kehidupan Terus Berputar
Sesekali Liat Ke Belakang Untuk Melanjutkan Perjalanan Yang Tiada Berujung"

(Penulis)

Terucap syukur kepadamu

Ya Allah.....

Kupersembahkan Skripsi ini Khusus

Kepada :

- *Kedua orang tua bapak Mahmun (Alm) dan ibu Haryati terkasih*
- *Keluargaku tercinta*
- *Sahabat dan Orang terdekatku*
- *Dosen FEB UMP*
- *Almamaterku*

بسم الله الرحمن الرحيم

PRAKATA

Alhamdulillahhirobbil'alamiin. Puji syukur atas kehadirat Allah SWT berkat rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **"Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Museum Di Kota Palembang"** dan shalawat serta salam yang selalu tercurah kepada suri tauladan kita Baginda Rasulullah Muhammad SAW, beserta Keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Serta penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Mahmun (Alm) dan ibu Haryati yang telah mendidik, dengan penuh kasih sayang, mendoakan memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan penulis menyelesaikan pendidikan ini, dan juga penulis menghanturkan ribuan terima kasih kepada Ibu Dr.Sri Rahayu,S.E.,M.M dan ibu Hj.Zuhriyah,S.E.,M.Si penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah meluangkan waktu, memberi pengarahan, saran dan didikan yang tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi S.E.,M.Si dan Ibu Diah isnaini Asiati S.E.,M.M selaku Ketua dan sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Seluruh Pimpinan Dosen, karyawan dan karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah membimbing penulis selama mengikuti kuliah dan kegiatan lainnya.
5. Bapakku Mahmun (Alm) dan Mamaku Haryati yang telah banyak memberikan motivasi dan do'a disetiap sujudnya.
6. Adikku tersayang Arif Saputra dan Intan Anggraeni
7. Mamas ku Edi Kurniawan yang selalu kasih dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman Terbaikku Intan Indriani & Putri Intan Sari, Sici Rahmawati, Mia Youlandha Anggraini dan teman seperjuang skripsiku Hilvania Argista & Cica Satria terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
9. Teman-teman kelas paket 05 terimakasih untuk kebersamaannya.
10. Teman-Teman KKN-Ku (Mbak Intan, Mbak Usmel, Sici, Ilham, Wendi, Riko, Azilen, Kak Adie, Robby).
11. Teman-teman se-almamater angkatan 2015.
12. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu oleh penulis.

Penulis benar-benar mengucapkan terimakasih dan semoga Allah membalas amal dan kebaikan yang telah dilakukan dan semoga Allah selalu memberi kesehatan untuk kita semua serta skripsi ini bermanfaat bagi semua orang. Aamiin.

Palembang, Januari 2019
Penulis,

Maryanti
212015151

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

HALAM PERSEMBAHAN DAN MOTO ..... **v**

HALAMAN PRAKATA ..... **vi**

HALAM AN DAFTAR ISI .....**viii**

HALAMAN DAFTAR TABEL ..... **x**

HALAMAN DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....**xii**

ABSTRAK ..... **xiii**

ABSTRACK .....**xiv**

BAB I. PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusn Masalah 13

C. Tujuan Penelitian 13

D. Manfaat Penelitian 13

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS **14**

A. Landasan Teori 14

B. Penelitian Sebelumnya 36

C. Kerangka Pemikiran 38

D. Hipotesis 39

BAB III. METODE PENELITIAN 40

A. Jenis Penelitian 40

B. Lokasi Penelitian 42

C. Oprasionalisasi Variabel 43

D. Populasi dan Sampling 44

E. Data Yang diperlukan 46

F. Metode Pengumpulan Data 47

G. Analisis data dan Teknik Analisis 49

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 56

B. Pembahasan Hasil Penelitian 78

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 80

B. Saran 81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

I.1 Tanggapan Pengunjung Pada Objek Wisata Museum di Kota Palembang 10

II.1 Bauran Pemasaran Jasa yang di perluas untuk produk jasa 20

III.1 Variabel, Definisi Variabel, dan Indikator 43

IV.1 Hasil Uji Validitas 61

IV.2 Hasil Uji Reliabilitas 62

IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 63

IV.4 Karakteristik Responden Bedasrkan Pendidikan 63

IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 64

IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 64

IV.7 Variabel Kepuasan Wisatawan 65

IV.8 Variabel Produk 66

IV.9 Variabel Harga 67

IV.10 Variabel Tempat 68

IV.11 Variabel Promosi 69

IV.12 Variabel Orang 70

IV.13 Variabel Bukti Fisik 71

IV.14 Variabel Proses 72

IV.15 Coeficients Regresi Linier Berganda 73

IV.16 ANOVA (Uji F) 74

IV.17 Uji t (Secara Parsial) 75

IV.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 77

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
I.1	Grafik jumlah pengunjung museum Monpera di Kota Palembang.	8
I.2	Grafik jumlah pengunjung museum Sriwijaya Provinsi Sumatra Selatan	8
I.3	Grafik jumlah pengunjung museum Balaputradewa di Kota Palembang	9
II.1	Kepuaa wisatawan terhadap destinasi pariwisata	17
III.1	Bentuk-bentuk Tingkata Judul Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Lampiran 4 : Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 5 : Hasil Jawaban Responden

Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, Uji Regresi Linier Berganda, Uji R^2

Lampiran 7 : Tabel F

Lampiran 8 : Tabel t

Lampiran 9 : Tabel r

Lampiran 10 : Jadwal Penelitian

Lampiran 11: Foto Copy Surat Keterangan Riset

Lampiran 12: Foto Copy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 13: Foto Copy Sertifikat AIK

Lampiran 14: Foto Copy Sertifikat TOEFL

Lampiran 15: Biodata Penulis

ABSTRAK

Maryanti/212015151/2019/ Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Museum di Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh bauran jasa terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata museum di kota Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh bauran jasa terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata museum di kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif. Objek penelitian dilakukan pada museum Monpera, museum sriwijaya Provinsi Sumatera selatan, dan museum Balaputradewa dengan jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis dengan taraf signifikasi 5%.

Hasil penelitian menunjukan bahwa bauran jasa secara bersama-sama berpengaruh teerhadap kepuasan wisatawan. Secara parsial diperoleh hasil bahwa produk berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, tempat tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, orang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan wisatawn, dan proses tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci : Bauran Jasa (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Bukti Fisik, Orang, dan Proses) dan Kepuasan

Abstract

Maryanti/212015151/2019/The Effect of Service Mix on Tourist Satisfaction in Museum Tourism Objects in Palembang City.

The objective of this research was to determine the effect of the service mix on tourist satisfaction in museum attractions Palembang. The type of research used was associative research. The object of the research was carried out at the Monpera museum, Sriwijaya museum, South Sumatra Province, and the Balaputradewa museum with a sample of 100 respondents using incidental sampling techniques. The analys was technique was multiple linear regression, validity test, reliability test, and hypothesis test with a significance level of 5%. The results of the study showed that the service mix together influences tourist satisfaction. Partially the results showed that the product had an effect on tourist satisfaction, prices did not affect tourist satisfaction, places influenced tourist satisfaction, promotion did not affect tourist satisfaction, physical evidence influences tourist satisfaction, and the process did not affect tourist satisfaction.

Keywords: Service Mix (Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People, and Process) and Satisfaction

PENGESAHAN
NO. 199 /Abstract/LB/UMP/ 11 / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara yang multikultural, yaitu suatu masyarakat yang terdiri dari kelompok-kelompok yang berbeda-beda yang saling berakulturasi dan sangat menghargai pluralisme sebagai keragaman budaya. Keragaman budaya yang dimiliki melalui pariwisata sejarah yang panjang sudah seharusnya diapresiasi masyarakat dan diketahui sebagai identitas bangsa. Menurut Wahab (1992) dalam buku I Gusti Bagus Rai Utama (2017:2) pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Sejarah dan budaya di kenalkan sebagai bagian dari pengetahuan melalui jenjang pendidikan formal sedangkan aspeknya dapat di lihat dalam kehidupan sehari-hari melalui interaksi langsung dan berbagai macam media.

Museum memiliki fungsi strategis dalam bidang sejarah dan budaya. Museum menampilkan cuplikan potongan sejarah dan budaya sehingga masyarakat dapat melihat langsung representasi tersebut. Museum dapat memberikan informassi tentang aspek kehidupan masa lampau yang masih bisa di selamatkan sebagai warisan budaya untuk menjadi bagian dari jati diri suatu bangsa.

Museum merupakan bagian penting dalam industri pariwisata. Mengunjungi Museum seharusnya dapat dijadikan alternatif untuk menghabiskan waktu luang, tetapi sayangnya masih banyak masyarakat yang memandang Museum hanya berfungsi sebagai tempat menyimpan dan memelihara benda-benda peninggalan sejarah serta menjadi monumen penghias kota. Akibatnya banyak masyarakat yang enggan untuk meluangkan waktu berkunjung ke Museum dengan alasan kuno. Padahal jika semua kalangan masyarakat sudi meluangkan waktu untuk datang menikmati dan mencoba memahami makna yang terkandung dalam setiap benda yang dipamerkan Museum maka akan terjadi transformasi nilai warisan budaya bangsa dari generasi terdahulu kepada generasi sekarang. Karena, museum merupakan tempat yang bukan sekedar memamerkan tetapi sebagai tempat mengumpulkan, melestarikan, merawat, dokumentassi, mengajikan dan mengomunikasikan benda-benda alam dan budaya untuk kepentingan pengkajian pembelajaran dan rekreasi. Museum menampilkan cuplikan potongan sejarah dan budaya sehingga pengunjung dapat melihat pemaparan langsung dari museum daerah Sumatra Selatan khususnya Kota Palembang.

Palembang sebagai ibu kota provinsi Sumatra Selatan memiliki berbagai museum. Museum Sultan Monpera, Museum Sriwijaya, dan Museum Balaputradewa, merupakan tiga museum umum yang paling di kenal di kota Palembang selain tiga museum ini, sebenarnya palembang terdapat sekitar sembilan museum. Namun seperti museum lainnya di Indonesia, sebagian besar museum di Palembang kurang menarik minat masyarakat luas dan mereka lebih memilih objek wisata yang lain. Melihat fenomena tersebut pihak pengelola

museum perlu mengetahui faktor-faktor yang mampu menarik minat masyarakat yang belum optimal dan masih perlu ditingkatkan untuk berkunjung ke museum yang ada di kota Palembang.

Untuk menciptakan kondisi objek wisata dan daya tarik wisata ideal yang mampu melayani berbagai kepentingan, antara lain: masyarakat, swasta dan pemerintah, diperlukan usaha penataan dan pengembangan secara oprimal sesuai dengan daya dukungan, daya tampung dan daya tarik wisatawan. Dalam hal pemasaran, produsen biasanya dihadapkan kepada masalah bauran pemasaran. Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2013:15) mengatakan bahwa faktor-faktor yang dapat menstimuli konsumen adalah faktor-faktor yang di jalankan produsen atau pemasar seperti: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Para pemasar telah mengenal empat komponen dasar atau unsur-unsur dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi atau biasa disebt dengan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Dalam pemasaran jasa, ada unsur lain yang bisa dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk keperluan komunikasi dengan konsumen jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2014:48) mendefinisikan ulang bauran pemasaransedemikian rupa sehingga lebih aplikatif untuk sektor jasa. Hasilnya 4P tradisional diperluas dan ditambahkan dengan empat unsur lainnya, yaitu *people, proces,* dan *physical evidance.* Dengan demikian 4P yang pada mulanya menjadi bauran pemasaran barang, perlu diperluas menjadi 7P jika digunakan dalam pemasaran jasa.

Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2013:15) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

konsumen. Menurut I Gusti Bagus Rai Utama (2017:27) produk pariwisata adalah pengalaman bermakna yang berhubungan langsung dengan wisatawan yang bergantung pada rangsangan indra penglihatan dan suara. Kota palembang memiliki potensi yang snagat besar dalam sektor pariwisata terutama objek wisata museum yang apabila potensi tersebut dikelola dengan baik maka akan memberikan manfaat bagi provinsi Sumatra selatan khususnya masyarakat dan pemerintah kota Palembang.

Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2013:397) harga adalah apa yang dibayar seseorang untuk apa yang diperolehnya, nilainnya dinyatakan dengan mata uang. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151) sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang diukur konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Tarif yang ditawarkan museum di kota Palembang relatif terjangkau, berkisar Rp5.000-Rp10.000, dan kita dapat menikmati beberapa benda-benda peninggalan sejarah yang unik dan mempunyai sejarah tersendiri.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:43) keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Dalam jasa pariwisata, tempat terutama mengacu pada lokasi dan distribusi yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh jasa pelayanan maupun jasa yang lainnya. Lokasi dapat diukur melalui seberapa strategis tempat tersebut, fasilitas yang bisa didapat oleh calon konsumen, serta kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut.

Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2013:18) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasarn yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditaarkan produsen atau penjual. Menurut Fandy Tjiptono (2014:42) bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Promsi yang di lakukan pemerintah kota Palembang pada sektor objek wisata museum kurang di lakukan, terbukti dengan belum adanya informasi yang detail mengenai data-data yang ada dalam museum atau *website* khusus yang memberikan informasi mengenai museum-museum yang ada di kota Palembang. Baliho atau pamflet iklan di kota Palembang sendiri dirasa kurang di lakukan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:62) orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat memengaruhi presepsi pembeli. Menurut Fandy Tjiptono (2014:83) bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Dalam objek wisata khususnya museum peran orang sangatlah penting untuk kelancaran dalam kegiatan yang telah di buat, oleh karena itulah sangatlah penting diadakan pelatihan untuk karyawan yang bekerja di museum guna untuk meyampaikan atau mengarahkan pengunjung tentang apa saja yang ada di dalam museum yang pada intinya mampu mejelaskan dengan baik tentang museum yang di kunjungi sehingga pengunjung merasa nyaman dan pada akhirnya akan membuat ketertarikan pengunjung untuk datang ke musem kembali.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:62) proses (*process*) adalah semua prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk

menyampaikan jasa. Elemen proses ini memeiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Menurut Fandy Tjiptono (2014:43) proses atau operasi merupakan faktor pentig bagi konsumen *hight-contact services,* yang kerap juga berperan *co-producer* jasa bersangkutan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:62) sarana fisik (*physical evidance*) merupakan hal nyata yang turut memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya.

Menurut Association of Museum (1998) museum adalah suatu badan yang bersifat legal dalam mengumpulkan, menyelamatkan atau menerima artefak sejarah manusia, yang dipergunakan untu meningkatkan serta mengingat segala kejadian serta fenomena alam yang dialami oleh negara dan dunia. Museum berdasarkan definisi yang diberikan *Internasional Council of Museums*, adalah institusi pameran, nirlaba, melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengkomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan, dan kesenangan. Karena itu bisa menjasi bahan studi oleh kalangan akademis, dokumentasi kekhasan masyarakat tertentu, ataupun dokumentasi dari pemikiran imajinati di masa depan. Museum merupakan suatu badan yang mempunyai tugas dan kegiatan untuk memamerkan dan menerbitkan

hasil-hasil penelitian dan pengetahuan tentang benda-benda yang penting bagi kebudayaan dan ilmu pengetahuan. Menurut *Internasional Council of Museums* (ICOM), museum dapat di klasifikasikan dalam enam kategori, yaitu:

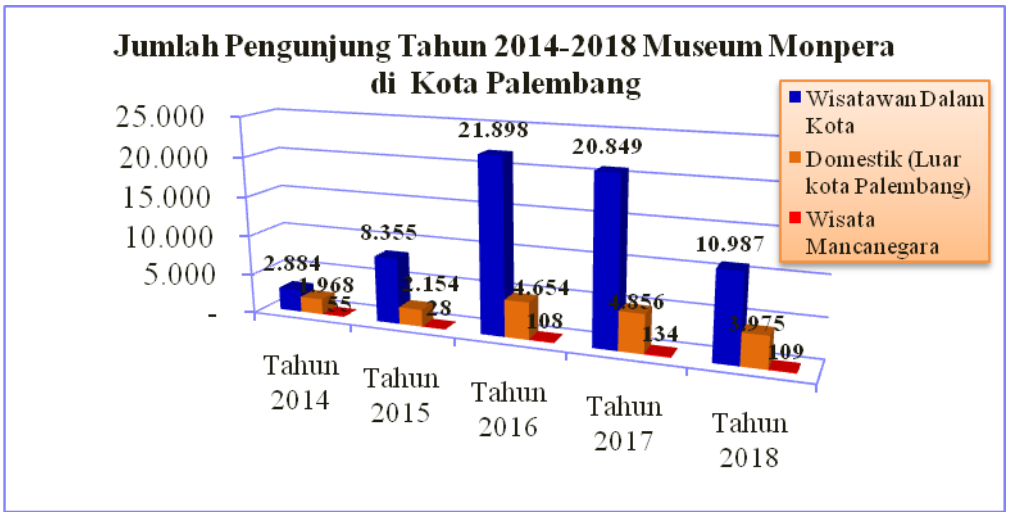
1. Art Museum (Museum Seni)
2. Archeologi and Histiry Museum (Museum Sejarah dan Arkeologi)
3. Ethographical Museum (Museum Nasional)
4. Natural History Museum (Museum Ilmu Alam)
5. Science and Technology Museum (Museum IPTEK)
6. Speciaized Museum (Museum Khusus)

Berdasarkan tingakt koleksinya, museum dapat dibagi tiga, yaitu:

1. Museum Nasional, yaitu museum yang memiliki benda koleksi dalam taraf nasional atau dari berbagai daerah di Indonesia.
2. Museum Regional, yaitu museum yang benda koleksinya terbatas dalam lingkup daerah regional.
3. Museum Lokal, yaitu museum yang benda koleksinya hanya terbatas pada hasil budaya daerah tersebut.

Data yang diperoleh dari Museum Monpera, Museum Sriwijaya, dan Museum Balaputradewa di Kota palembang

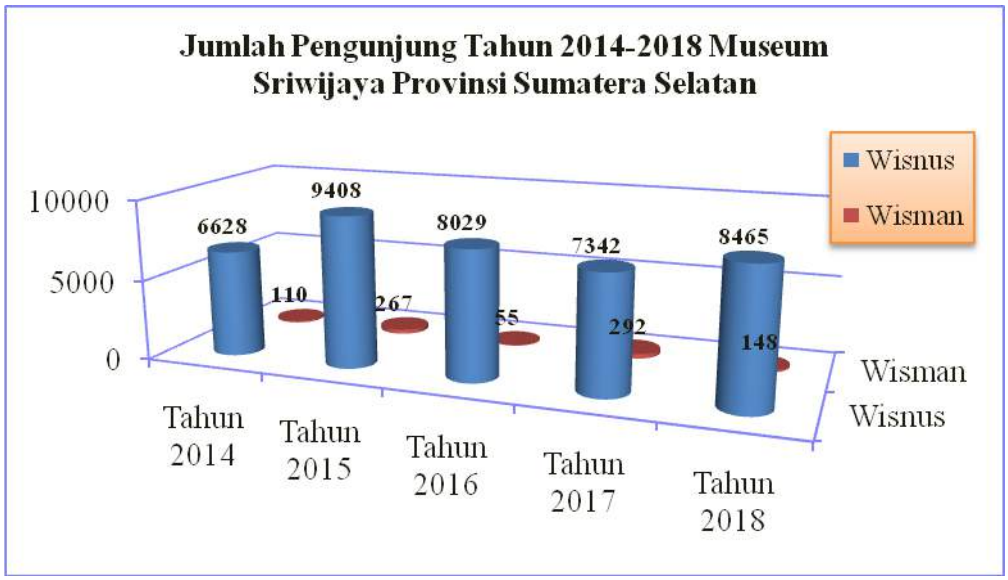
Gambar I.1 Grafik Jumlah pengunjung Museum Monpera di Kota Palembang



*Sampai Oktober 2018
Sumber : Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2018

Gambar I.2

Grafik Jumlah pengunjung Museum Sriwijaya Provinsi Sumatera Selatan

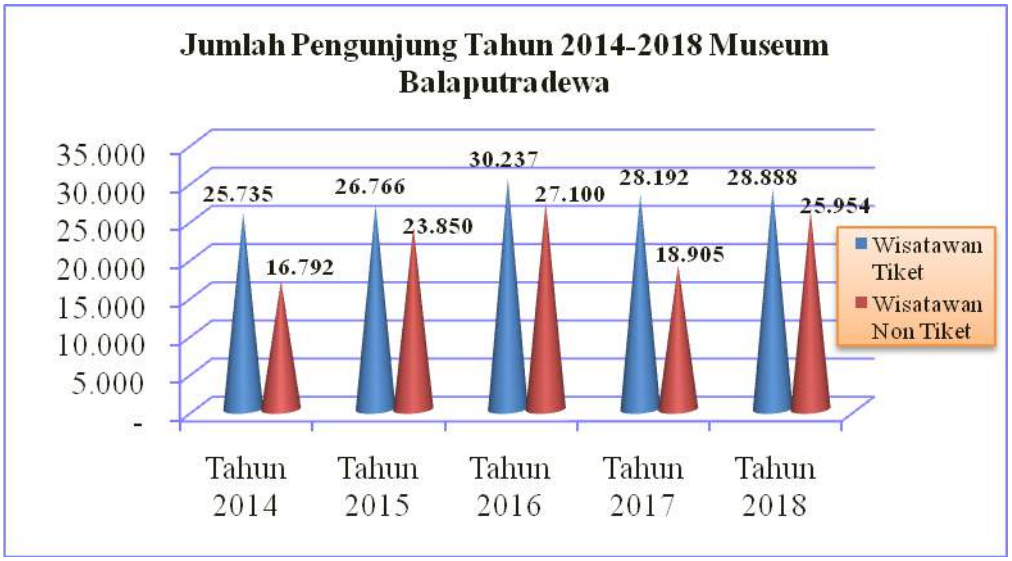


*Sampai Oktober 2018

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, 2018

Gamabar I.3

Grafik Jumlah pengunjung Museum Balaputradewa di Kota Palembang



*Sampai Oktober 2018
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, 2018

Berdasarkan grafik jumlah pengunjung museum dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 pada museum Monpera dikelompokan kedalam 3 kelompok yaitu wisatawan dalam kota, domestik, dan wisatawan mancanegara. Dari data tersebut jumlah pengunjung museum Monpera dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 cenderung mengalami peningkatan dan dari tahun 2017 sampai tahun 2018 mulai mengalami penurunan.

Kemudian pada museum Sriwijaya di kelompokkan kedalam 2 kelompok yaitu wisnus dan wisman, dari data tersebut jumlah pengunjung museum Sriwijaya mengalami ketidak stabilan baik dalam kelpmpok wisnus maupun wisman terhitung mulai dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018.

Sedangkan pada museum Balaputradewa juga terdapat 2 kelompok yaitu wisatawan tiket dan wisatawan non tiket, dari kedua kelompok tersebut sudah

jelas pula bahwasannya adanya ketidak stabilan pada jumlah pengunjung museum. Oleh karena itu pentingnya dilakukan penelitian agar dapat mengetahui apa saja yang mempengaruhi kurangnya minat wisatawan mengunjungi museum di kota Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara awal penelitian terhadap 30 responden pengunjung museum di kota Palembang.

Tabel 1.1

Tanggapan Pengunjung Pada Objek Wisata Museum di Kota Palembang

No	INDIKATOR	Museum Monpera		Museum Sriwijaya		Museum Balaputradewa	
		S	TS	S	TS	S	TS
1	Layanan yang diberikan untuk pengunjung Museum berkualitas	8	22	11	19	13	17
2	Harga tiket terjangkau	12	18	10	20	11	19
3	Mudah di jangkau dengan kendaraan umum	21	9	19	11	20	10
4	Informasi tentang museum mudah di dapat	14	16	8	22	13	17
5	Sikap dan penampilan karyawan baik	9	21	14	16	10	20
6	Desain tata ruangnya menarik	8	22	11	19	13	17
7	Museum menyiapkan tour guide yang profesional	9	21	11	19	7	23

Sumber : Hasil wawancara kepada pengunjung, 2018

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwasannya ada beberapa indikator yang mempengaruhi kepuasan terhadap wisatawan diantaranya adalah Produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

Dari indikator produk layanan yang diberikan untuk pengunjung museum berkualitas diantara ketiga museum pada museum Monpera yang paling tinggi

merasa tidak setuju dengan pelayanan yang di berikan yaitu 73,3% sedangkan yang setuju 26,7% dan museum Sriwijaya yang merasa tidak setuju 63,3% dan yang setuju 36,7%, kemudian pada museum Balaputradewa terdapat 56,7% yang merasa tidak setuju dan 43,3% yang setuju.

Dari sisi harga yang ditawarkan di ketiga museum masih memebratkan sebagian dari pengunjung terutama untuk kalangan menengah kebawah, terbukti dari wawancara yang telah dilakukan dari ketiga museum yaitu museum Monpera 40% yang setuju dengan harga yang di tawarkan dan 60% yang tidak setuju begitu pula pada museum Sriwijaya terdapat 33,3% yang setuju dan 66,67% yang tidak setuju, kemudian museum Balaputradewa terdapat 36,7% yang setuju dan 63,3% yang tidak setuju dari ketiga museum menujukan bahwa ada sebagian dari pengunjung yang kurang setuju dengan harga yang di tetapkan untuk berkunjung ke museum.

Kemudian lokasi sangatlah berpengaruh untuk para wisatawan yang ingin berkunjung ke museum, terbukti dari ketiga museum hanya museum Monpera yang menunjukan persentasi yang paling tertinggi yang merasa setuju yaitu 70% sedangkan yang tidak setuju 30% kemudian pada museum Sriwijaya dan museum Balaputradewa yang setuju hanya 63,3% dan 66,7% dan yang tidak setuju 36,7% dan 33,3% yang artinya lokasi pada museum Sriwijaya dan Balaputadewa kurang strategis karna lokasinya yang sulit di jangkau dengan kendaraan umum.

Dengan adanya Promosi yang dilakukan pengelola museum agar museum dapat dengan mudah dikenal dan selalu diingat masyarakat, terbukti dari hasil wawancara pada museum Sriwijaya yang paling rendah dalam mengadakan

promosi yaitu hanya 26,7% yang merasa setuju sedangkan 73,3% yang tidak setuju sedangkan pada museum Monpera dan Balaputradewa yang setuju 46,7% dan 43,3% dan yang tidak setuju 53,3% dan 56,7%.

Selain itu juga sikap yang di berikan para karyawan yang bekerja di museum juga sangat berpengaruh dalam menarik minat wisatawan, terbukti pada museum Sriwijaya yang memiliki persentasi tertinggi dalam pelayanan nya yaitu 40,7% yang setuju sedangkan yang tidak setuju 53,3% kemudian pada museum Monpera dan Balaputradewa yang setuju 30% dan 33,3% dan yang tidak setuju 70% dan 66,7% yang menujukan pelayanan yang diberiakan kurang maksimal.

Kemudian di tunjang pula dengan penampilan museum yang menarik dan tertata rapi dan bersih, dalam hal ini pada museum Balaputradewa yang memiliki nilai persentasi tertinggi yaitu 43,3% sedangkan museum monpera dan Sriwijaya hanya 26,7% dan 36,7% yang merasa setuju, kemudian untuk membuat kemudahan bagi pengunjung untuk memahami dan mengenal apa-apa saja yang di pamerkan dalam museum dengan jelas dibantu dengan tour guide yang bekerja di museum dan persentasi tertinggi dalam hal ini hanya pada museum Sriwijaya yaitu 36,7% sedangkan museum Monpera dan Balaputradewa hanya 30% dan 23,3% yang merasa setuju dengan pelayanan yang di berikan tour guide kepada pengunjung.

Oleh karena itu, dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Bauran Jasa Terhadap Kepuasa Wisatawan Pada Objek Wisata Museum di Kota Palembang**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh bauran jasa terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata museum di kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran jasa terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata museum di kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Penerapan dengan melakukan penelitian ini penulis memperoleh pengalaman dan pengaplikasian ilmu penegtahuan yang selama ini dipelajari dalam konsentrasi pemasaran

2. Bagi Almamater

   Bermanfaat sebagai bahan penambahan ilmu dan sebagai bahan acuan, perbandingan untuk dapat dimanfaatkan sebagai salah satu informasi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

M.Iqbal Hasan (2012) *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik inferensif)*. Jakarta:PT.Bumi aksara

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017.*Manajemen Pemasaran*) (edisi 12). Indonesia: PT.Macanan Jaya Cemerlang

Doni Juni Priansa (2017) *Prilaku Konsumen Dalam Besaing Bisnis Kontemporer*. Bandung:CV.Alfabeta

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta:CV.Andi Offset

Sofyan Siregar (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta:Prenadamedia Group

Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Bisnis*.Bandung:CV.Alfabeta

Fandy Tjiptono (2014) *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta:CV.Andi Offset

I Gusti Bagus Rai Utama (2017) *pemasaran pariwisata*. Yogyakarta:CV.Andi Offse

Ich Diana Sarah Dhiba (2014, April). Analisis pengaruh nauran pemasaran Jasa terhadap Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Museum Kesehatan Dr.Adhyatma, MPH Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Bisnis Vol.1 No.1, hal. 94-109*. Diakses 15 Oktober 2018, dari file: https://media.neliti.com/media/publications/243266-analisis-pengaruh-bauran-pemasaran-jasa-60373d9f.pdf

Alming Bassi (2014). Pengaruh bauran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen pada Hotel Bintang Dua Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.4 No.1*. Di akses 20 Oktober 2018,dari file: http://jurnal.umpalembang.ac.id/ilmu_manjemen/article/view/256/228

Wira Setyo Wulan, M.Kholid Mawardi, & Edriana Pangestuti (2016, September). Pengaruh Bauran Pemasran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Restoran Kayu manis Tuban). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.38 No.2*. Diakses 1 November 2018, dari file:http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/issue/view/77

Fachari Muhammad Abror (2017). Tipologi Museum.Di Akses 13 Oktober 2018, Dari https://fachrimuhammadabror.wordpress.com/2017/01/28/tipologi-museum/

Setzer Munavizt.2010. Definisi Produk Pariwisata (Tourism Product). Di Akses 14 Oktober 2018, Dari http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/06/produk--pariwisata-tourism-product.html