

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA MUSEUM NEGERI SUMATERA UTARA

Vista Agustina<sup>1</sup>, Efni Siregar<sup>2</sup>

<sup>1,2)</sup> Politeknik Negeri Medan

e-mail: vistaagustina07@gmail.com<sup>1</sup>, efnisiregar@polmed.ac.id<sup>2</sup>

## Abstrak

Museum terbesar di Sumatera Utara adalah Museum Negeri Sumatera Utara, yang terletak di Jln. H.M. Jhoni No. 51 Medan. Berbagai peninggalan sejarah budaya negara serta karya seni dan kerajinan dari berbagai suku yang tinggal di Sumatera Utara dapat ditemukan di museum ini. Karena peningkatan layanan dapat meningkatkan minat pengunjung, kualitas layanan yang baik memengaruhi minat pengunjung untuk kembali ke Museum. Harga sangat penting untuk penjualan, dan agar semua orang dapat mengunjungi museum, harga harus sesuai dengan anggaran pengunjung. Studi ini melihat bagaimana kualitas pelayanan, harga, dan minat berkunjung kembali pada Museum Negeri Sumatera Utara berpengaruh. Data dari seratus responden dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Uji kualitas data, uji asumsi klasik (untuk normalitas dan reabilitas), analisis regresi linear berganda, hipotesis, dan uji koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui observasi dan koesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun secara signifikan, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dibandingkan dengan kualitas pelayanan, faktor yang paling mempengaruhi adalah harga. Menurut nilai koefisien determinasi  $R^2 = 0,525$ , 42% kualitas pelayanan dipengaruhi oleh harga dan minat berkunjung. Sebaliknya, 57% dipengaruhi oleh elemen yang tidak diteliti. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga sangat penting untuk menarik pengunjung kembali, yang dapat menghasilkan peningkatan jumlah pengunjung ke Museum Negeri Sumatera Utara.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Museum Sumatera Utara

## Abstract

The largest museum in North Sumatra is the State Museum of North Sumatra, located at Jln. H.M. Jhoni No. 51 Medan. Various relics of the country's cultural history as well as arts and crafts from various tribes living in North Sumatra can be found in this museum. Since service improvement can increase visitor interest, good service quality affects visitor interest in returning to the Museum. Price is very important for sales, and in order for everyone to visit the museum, the price must be within the visitor's budget. This study looks at how service quality, price, and interest in revisiting the State Museum of North Sumatra are affected. Data from one hundred respondents were analyzed using multiple linear regression methods. Data quality test, classical assumption test (for normality and reliability), multiple linear regression analysis, hypothesis, and coefficient of determination test were used to analyze the data collected through observation and questionnaire. The results showed that, both partially and significantly, service quality and price have a positive and significant influence on return visit interest. Compared to service quality, the most influential factor is price. According to the coefficient of determination  $R^2 = 0.525$ , 42% of service quality is influenced by price and interest in visiting. In contrast, 57% is influenced by elements not studied. This conclusion shows that service quality and price are very important to attract return visitors, which can result in an increase in the number of visitors to the North Sumatra State Museum.

**Keywords:** Service Quality, Price, North Sumatra Museum.

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan peninggalan sejarah dan budaya, sumber daya alam, dan keanekaragaman hayati. Indonesia memiliki banyak pilihan pariwisata karena budaya dan sejarahnya yang kaya Pariwisata, keanekaragaman tradisi, seni budaya, dan peninggalan purbakala berfokus pada pengembangan dan pemanfaatan objek dan daya tarik wisata, seperti kekayaan alam yang indah dan keragaman flora dan fauna. Salah satu cara terbaik untuk memanfaatkan sumber daya alam sebuah negara adalah melalui pariwisata. Selain itu, pariwisata juga berperan dalam menumbuhkembangkan pengetahuan bagi para pengunjung maupun masyarakat.

Provinsi Sumatera Utara memiliki banyak wisata alam dan budaya yang luar biasa. Kota Medan, sebagai pintu gerbang menuju berbagai destinasi wisata di Sumatera Utara, memiliki beberapa objek wisata, termasuk museum, yang merupakan salah satu wisata sejarah yang wajib dikunjungi.

Museum adalah tempat penyimpanan berbagai benda kuno yang masih ada. Setiap benda memiliki kisah, nilai, dan makna tersendiri. Menurut Woodward (2007), benda-benda tersebut bukan sekadar benda mati, melainkan memiliki nilai historis yang tinggi. Selain itu, museum adalah bagian dari rekreasi dan budaya yang diminati oleh pengunjung untuk mendapatkan pengalaman mendalam (Komarac, 2014). Museum juga berfungsi sebagai tempat komunikasi, konservasi, dan penelitian benda bersejarah (Irdana dkk, 2018), serta sebagai pusat informasi yang berkontribusi pada pengembangan pendidikan dan kebudayaan nasional.

Hingga saat ini, beberapa museum di Medan masih dapat dikunjungi oleh publik, dan persaingan antara museum-museum ini tak dapat dihindari. Untuk memastikan bahwa Museum Negeri Sumatera Utara mencapai visinya, pemasaran sangat penting dilakukan. Segmentasi sangat membantu dalam pemasaran agar museum dapat mencapai khalayak yang dituju (Saifuddin, 2020). Pengelola Museum harus menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan, karena harga dan kualitas pelayanan akan memengaruhi kepuasan pengunjung. Jika harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan, pengunjung akan merasa puas dan cenderung untuk kembali, bahkan merekomendasikan museum kepada orang lain. Sebaliknya, jika harga dan kualitas pelayanan tidak seimbang, pengunjung mungkin tidak akan kembali ke museum tersebut.

Museum Negeri Sumatera Utara, Di Jln. H.M. Jhoni No. 51 di Medan, museum terbesar di Sumatera Utara menampilkan sejarah budaya dan seni Sumatera Utara serta seni dan kerajinan dari berbagai suku. Dimulai pada tahun 1954 dan dibuka untuk umum pada 19 April 1982, museum ini memiliki desain unik menyerupai rumah adat Sumatera Utara dan luas mencapai 10.468 meter persegi. Element budaya dari suku Batak Toba, Melayu, Karo, Simalungun, Pakpak, Nias, dan Mandailing menghiasi atap depan gedung. Museum ini juga menawarkan tempat yang menarik bagi pecinta seni dan sejarah.

Berdampak pada kualitas layanan yang baik signifikan pada minat pengunjung untuk kembali ke museum (Nuraeni, 2014). Menurut Markovic dkk (2013), kualitas pelayanan museum mencakup hiburan, pengalaman berkunjung, pengaturan fisik, dan komunikasi antara karyawan dan pengunjung. Selain itu, pameran khusus atau special exhibitions memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan minat pengunjung, terutama mereka yang kembali (Gilmore dkk, 2002).

Peningkatan harga tiket masuk museum juga menjadi pertimbangan penting. Pada tahun 2024 terjadi peningkatan harga tiket, dan pengelola Museum Negeri Sumatera Utara harus memastikan harga tersebut sesuai dengan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengunjung. Jika kualitas pelayanan dan harga tidak sebanding, pengunjung mungkin tidak akan kembali (Pradito, 2023). Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini berfokus pada "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Museum Negeri Sumatera Utara".

## METODE

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan, dan alur penelitian dirancang untuk memperoleh data secara valid sesuai dengan variabel yang diteliti. Proses penelitian dimulai dari studi pendahuluan di lapangan untuk mengetahui kondisi masalah di Museum Negeri Sumatera Utara, dengan fokus pada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan angket kepada pengunjung museum menggunakan Google Form. Data diolah menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta dianalisis dengan SPSS untuk menguji hipotesis. Populasi penelitian adalah pengunjung museum tahun 2023, dengan menghitung sampel 100 orang menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan dibagi menjadi data primer, yang diperoleh dari angket, serta data sekunder dari literatur dan sumber tertulis lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### a. Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | Nilai R hitung | Nilai R tabel | Keterangan |
|----------|------------|----------------|---------------|------------|
|----------|------------|----------------|---------------|------------|

|                            |       |       |       |       |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Kualitas Pelayanan X1      | X1.1  | 0,763 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.2  | 0,643 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.3  | 0,554 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.4  | 0,575 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.5  | 0,460 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.6  | 0,604 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.7  | 0,544 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.8  | 0,681 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.9  | 0,785 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.10 | 0,616 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.11 | 0,395 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.12 | 0,773 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.13 | 0,473 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.14 | 0,683 | 0,361 | VALID |
|                            | X1.15 | 0,627 | 0,361 | VALID |
| Harga X2                   | X2.1  | 0,690 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.2  | 0,827 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.3  | 0,521 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.4  | 0,535 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.5  | 0,860 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.6  | 0,690 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.7  | 0,722 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.8  | 0,523 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.9  | 0,451 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.10 | 0,493 | 0,361 | VALID |
|                            | X2.11 | 0,494 | 0,361 | VALID |
| Minat Berkunjung Kembali Y | Y.1   | 0,614 | 0,361 | VALID |
|                            | Y.2   | 0,503 | 0,361 | VALID |
|                            | Y.3   | 0,507 | 0,361 | VALID |
|                            | Y.4   | 0,517 | 0,361 | VALID |
|                            | Y.5   | 0,435 | 0,361 | VALID |

|  |      |       |       |       |
|--|------|-------|-------|-------|
|  | Y.6  | 0,421 | 0,361 | VALID |
|  | Y.7  | 0,526 | 0,361 | VALID |
|  | Y.8  | 0,498 | 0,361 | VALID |
|  | Y.9  | 0,542 | 0,361 | VALID |
|  | Y.10 | 0,700 | 0,361 | VALID |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan variabel valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel Ini menunjukkan bahwa semua metrik yang digunakan dalam penelitian ini sudah digunakan terbukti valid. Oleh karena itu, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel                 | Nilai | Cronbach Alpha | Keterangan |
|----|--------------------------|-------|----------------|------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan       | 0,848 | >0,60          | Reliabel   |
| 2. | Harga                    | 0,840 | >0,60          | Reliabel   |
| 3. | Minat Berkunjung Kembali | 0,709 | >0,60          | Reliabel   |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Tabel 2 memperlihatkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,848, variabel Harga (X2) sebesar 0,840, dan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0,709. Ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap instrumen variabel melebihi 0,60. Semua item dalam survei ini dianggap dapat diandalkan, karena Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

**b. Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Uji Kolmogorov Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 2.97706858              |
| Most EXtreme Differences           | Absolute       | .084                    |
|                                    | Positive       | .059                    |
|                                    | Negative       | -.084                   |
| Test Statistic                     |                | .084                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .078 <sup>c</sup>       |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 3, diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,078. Nilai signifikansi yang diperoleh 0,200 lebih tinggi dari 0,05, mengindikasikan bahwa data penelitian mengikuti pola distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |
|---------------------------|
|---------------------------|

|   |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Collinearity Statistics |            |       |
|---|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|------------|-------|
| Model                                   |                     | B                           | Std. Error | Beta                      | T     | Sig.                    | Toleranc e | VIF   |
| 1                                       | (Constant)          | 18.186                      | 3.968      |                           | 4.584 | .000                    |            |       |
|   | KUALITAS PELAYANA N | .126                        | .060       | .209                      | 2.098 | .039                    | .753       | 1.327 |
|   | HARGA               | .365                        | .093       | .389                      | 3.908 | .000                    | .753       | 1.327 |
| a. Dependent Variable: Minat Berkunjung |                     |                             |            |                           |       |                         |            |       |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Dengan memasukkan variabel harga dan variabel minat berkunjung kembali, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kualitas pelayanan, karena nilai VIF dari semua variabel bebas kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup>      |                    |                             |            |                           |        |      |
|--------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                          |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                                |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                              | (Constant)         | 7.516                       | 2.605      |                           | 2.885  | .005 |
|                                | KUALITAS PELAYANAN | -.042                       | .040       | -.077                     | -.676  | .501 |
|                                | HARGA              | -.083                       | .061       | -.154                     | -1.347 | .181 |
| a. Dependent Variable: abs_RES |                    |                             |            |                           |        |      |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan Tabel 5 pada kolom nilai signifikaansi variabel X1 = 0,501, yang menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, dan nilai signifikaansi variabel X2 = 0,181, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih besar dari 0,05.

c. Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup>               |                    |                             |            |                           |       |      |
|---|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                   |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|   |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                                       | (Constant)         | 18.186                      | 3.968      |                           | 4.584 | .000 |
|   | KUALITAS PELAYANAN | .126                        | .060       | .209                      | 2.098 | .039 |
|   | HARGA              | .365                        | .093       | .389                      | 3.908 | .000 |
| a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG |                    |                             |            |                           |       |      |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Persamaan regresi linear berganda dapat diperoleh berdasarkan data dari Tabel 6 di atas:

1. Persamaan Regresi berganda yang diperoleh:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

$$Y = 18.186 + 0,126 X1 + 0,365 X2 + e$$

2. Ketentuan:

- a. Jika variabel independen bernilai 0 (konstan), maka variabel dependen bernilai 18,186, berdasarkan nilai konstanta yang diperoleh.
- b. Koefisien regresi variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,126, yang berarti bahwa variabel Y juga akan meningkat jika variabel X1 meningkat dan sebaliknya.
- c. Koefisien regresi variabel X2 adalah nilai positif (+) sebesar 0,365, yang berarti bahwa variabel Y akan meningkat seiring dengan peningkatan variabel X2 dan sebaliknya.

Dengan mempertimbangkan hasil dari analisis linear berganda tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh minat berkunjung kembali pada Museum Negeri Sumatera Utara adalah variabel harga, dan koefisien regresinya adalah 0.365.

**d. Uji Hipotesis**

- 1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)         | 18.186                      | 3.968      |                           | 4.584 | .000 |
|                           | KUALITAS PELAYANAN | .126                        | .060       | .209                      | 2.098 | .039 |
|                           | HARGA              | .365                        | .093       | .389                      | 3.908 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) yang tercantum pada tabel 7, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dengan nilai sig. variabel X1 sebesar 0,039, yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Y.
  - b. Karena nilai t hitung variabel X1 sebesar 2,098, maka dapat disimpulkan bahwa thitung lebih besar dari ttabel, yaitu 2,098 lebih besar dari 1,984, sehingga Ha1 diterima dan H01 ditolak..
  - c. Jika nilai sig. variabel X2 sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga X2 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat kembali Y.
  - d. Temukan nilai t untuk variabel X2 sebesar = 3,908 maka dapat disimpulan bahwa thitung > dari ttabel yaitu 3,908 > dari 1,984 sehingga dapat dinyatakan Ha2 diterima dan H02 ditolak.
- 2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 333.959        | 2  | 166.980     | 18.460 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 877.431        | 97 | 9.046       |        |                   |
|                    | Total      | 1211.390       | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

- a. Model regresi dikatakan FIT apabila Nilai Sig. <0,05.
  - b. Nilai X1, X2 berpengaruh terhadap Y apabila f hitung lebih besar dari F tabel = 3,09 (2:98).
  - c. Jika nilai Sig. sebesar 0,000 (kurang dari 0,05) ditemukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen secara bersamaan.
  - d. Nilai F hitung variabel independen sebesar = 18,460 maka dapat disimpulan bahwa fhitung > dari ftabel yaitu 18,460 > dari 3,09 sehingga dapat dinyatakan Ha3 diterima, sedangkan H03 tidak.
- 3. Uji Koefisien Determinasi (R2) atau R-square

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary  |       |          |                   |                            |
|--|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model  | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1  | .525a | .426     | .261              | 3.008                      |
| a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN |       |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG              |       |          |                   |                            |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Nilai koefisien determinasi adalah  $R^2 = 0,276$ , dan besarnya nilai determinasi terletak pada persegi panjang R, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.14. Ini menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel yang diteliti, dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya 57,4%.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Museum Negeri Sumatera Utara

Kualitas pelayanan memiliki dampak yang sangat positif dan signifikan terhadap minat pengunjung untuk kembali mengunjungi museum, suatu faktor penting yang tidak bisa diabaikan dalam industri pariwisata dan layanan publik. Pengaruh ini terutama dapat dilihat secara jelas melalui aspek penampilan fisik para pegawai museum, yang selalu tampak rapi, terawat, dan profesional dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Setiap Selasa hingga Kamis, para pegawai museum dengan disiplin tinggi mengenakan seragam berwarna putih dan hitam yang mencerminkan kesan formal dan profesionalisme dalam bekerja, sedangkan pada hari Jumat hingga Minggu, mereka mengenakan seragam batik yang tidak hanya mencerminkan rasa kebanggaan terhadap budaya lokal, tetapi juga memberikan nuansa yang lebih santai namun tetap sopan, selaras dengan suasana akhir pekan.

Selain penampilan yang terjaga, dari sisi jaminan pelayanan, para pegawai museum juga dikenal memiliki pengetahuan yang luas, mendalam, dan komprehensif tentang sejarah museum serta berbagai artefak dan pameran yang ada. Dengan kemampuan ini, mereka mampu memberikan penjelasan yang informatif dan memuaskan setiap kali pengunjung mengajukan pertanyaan, baik yang bersifat umum maupun detail. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi pengunjung, karena mereka tidak hanya melihat pameran secara visual, tetapi juga mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai konteks sejarah, kebudayaan, atau aspek lain yang diwakili oleh koleksi museum tersebut.

Di samping itu, aspek kehandalan dalam memberikan pelayanan juga menjadi sorotan penting. Para pegawai museum dikenal konsisten dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tepat sasaran, sehingga menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan dari para pengunjung. Konsistensi ini mencerminkan bahwa museum memiliki sistem pelayanan yang solid dan terorganisir dengan baik, yang secara langsung berdampak pada persepsi positif pengunjung terhadap kualitas keseluruhan museum. Kombinasi dari penampilan fisik yang rapi dan profesional, jaminan pelayanan yang didukung oleh pengetahuan yang luas, serta kehandalan dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi ini, semuanya berkontribusi secara signifikan terhadap keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi museum di masa mendatang.

Namun demikian, meskipun secara umum kualitas pelayanan museum dinilai positif, ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan aspek daya tanggap para pegawai museum yang dinilai masih kurang optimal. Sering kali, pengunjung merasa bahwa pegawai tidak selalu tersedia atau mudah diakses ketika mereka membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai pameran atau fasilitas di dalam museum. Hal ini bisa menimbulkan ketidakpuasan atau kebingungan bagi pengunjung, terutama bagi mereka yang mungkin baru pertama kali datang atau tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai sejarah atau konteks dari artefak yang dipamerkan.

Salah satu kemungkinan penyebab dari kurang optimalnya daya tanggap ini adalah adanya keterlibatan mahasiswa magang dalam kegiatan operasional museum. Walaupun partisipasi mereka dalam membantu pelayanan tentu memberikan manfaat, baik bagi museum dalam mengurangi beban

kerja, maupun bagi para mahasiswa sebagai sarana pembelajaran, masalahnya adalah bahwa mereka belum memiliki pengetahuan yang cukup mendalam atau komprehensif mengenai museum secara keseluruhan. Akibatnya, respon yang diberikan oleh mahasiswa magang sering kali kurang cepat, tepat, atau informatif, sehingga dapat menyebabkan lambatnya penanganan permintaan informasi dari pengunjung. Selain itu, karena mereka masih dalam tahap belajar, mungkin juga terdapat ketidaksempurnaan dalam memahami tugas pelayanan publik yang melibatkan interaksi langsung dengan pengunjung, yang bisa berpengaruh pada tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Dalam kaitannya dengan aspek ini, hasil studi Atallarick (2020) juga memperkuat temuan bahwa elemen daya tanggap tidak selalu menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk kembali ke museum. Studi tersebut mengungkapkan bahwa meskipun daya tanggap pegawai penting, faktor ini ternyata memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap persepsi pengunjung mengenai kualitas layanan secara keseluruhan. Pengaruhnya terhadap minat pengunjung untuk kembali jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan elemen bukti fisik, yang mencakup hal-hal seperti kebersihan, tata ruang, desain interior, serta kondisi fasilitas museum yang terjaga dengan baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung cenderung lebih memperhatikan elemen fisik yang langsung dapat mereka lihat dan rasakan selama kunjungan, seperti keindahan tampilan pameran, ketersediaan informasi visual yang menarik, atau kenyamanan fasilitas, daripada kecepatan respon dari pegawai dalam memberikan informasi tambahan.

Oleh karena itu, meskipun peningkatan daya tanggap pegawai penting untuk memperbaiki pengalaman pengunjung secara keseluruhan, terutama dalam memberikan informasi yang dibutuhkan secara cepat dan tepat, tampaknya museum masih dapat lebih fokus pada perbaikan aspek-aspek fisik yang langsung dapat dirasakan oleh pengunjung.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Museum Negeri Sumatera Utara**

Harga memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat pengunjung untuk kembali mengunjungi museum, sebuah faktor yang kerap menjadi pertimbangan penting bagi banyak orang ketika memutuskan untuk mengulang kunjungan ke suatu destinasi wisata, termasuk museum. Pengunjung sering kali merasa bahwa harga tiket masuk yang dikenakan oleh museum adalah hal yang wajar dan sepadan dengan kualitas pelayanan yang mereka terima selama kunjungan berlangsung. Dalam pandangan para pengunjung, tiket masuk museum bukan hanya sekadar biaya untuk akses ke fasilitas atau pameran, melainkan juga mencerminkan standar dan kualitas layanan yang akan mereka dapatkan. Dengan kata lain, harga yang ditetapkan dianggap sebagai indikator langsung dari nilai yang akan diperoleh pengunjung selama berinteraksi dengan berbagai aspek pelayanan yang ditawarkan oleh museum.

Sebagai contoh, pengunjung yang membayar tiket dengan harga tertentu umumnya memiliki ekspektasi bahwa mereka akan menerima pelayanan yang sebanding dengan harga tersebut, baik dari segi keramahan dan profesionalitas staf, kenyamanan fasilitas yang tersedia, maupun kualitas informasi yang disajikan dalam setiap pameran. Ketika pengunjung merasa bahwa harga tiket yang mereka bayar sesuai dengan pengalaman yang mereka dapatkan selama di museum baik dari sisi pelayanan yang ramah dan informatif, kebersihan dan penataan ruangan yang baik, hingga tata cara penyajian informasi sejarah yang menarik maka hal ini cenderung meningkatkan keinginan mereka untuk kembali lagi di masa mendatang. Dengan demikian, hubungan antara harga tiket dan minat untuk berkunjung kembali menjadi sangat erat, di mana harga yang dipandang adil dan sepadan dapat menjadi salah satu faktor pendorong utama bagi pengunjung untuk menjadikan museum tersebut sebagai destinasi yang patut dikunjungi kembali.

Lebih lanjut, museum yang mampu memberikan pelayanan dengan standar tinggi, seperti pegawai yang ramah, penampilan yang selalu rapi, serta pengetahuan yang luas tentang sejarah museum dan koleksi yang dipamerkan, turut memperkuat persepsi bahwa harga tiket yang ditetapkan memang layak. Pengunjung merasa bahwa nilai yang mereka peroleh dari pengalaman kunjungan mereka sejalan dengan harga yang dibayarkan, bahkan dalam beberapa kasus, pelayanan yang sangat baik bisa membuat pengunjung merasa bahwa mereka mendapatkan lebih dari yang mereka harapkan. Hal ini tidak hanya berdampak pada kepuasan pengunjung saat itu saja, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan museum kepada teman, keluarga, atau kolega mereka, serta meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

Namun, meskipun kualitas pelayanan di museum sudah dinilai memadai dan memberikan pengalaman yang positif bagi pengunjung, ada satu aspek lain yang masih dianggap kurang kompetitif, yaitu harga tiket masuk. Harga tiket masuk museum, jika dibandingkan dengan objek

wisata lain di sekitar wilayah yang menawarkan tarif lebih terjangkau dan berbagai fasilitas tambahan, masih dianggap kurang bersaing. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi museum dalam upayanya untuk meningkatkan daya tarik dan mempertahankan jumlah pengunjung, terutama jika dibandingkan dengan destinasi wisata yang menawarkan pengalaman hiburan atau rekreasi serupa dengan biaya yang lebih rendah. Dalam konteks daya saing tersebut, harga tiket masuk museum perlu dievaluasi dan, bila perlu, disesuaikan agar lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan yang sudah ada.

Sudaryono (2019) menyebutkan bahwa harga dapat diartikan sebagai nilai tukar yang setara dengan sejumlah uang atau jasa pada titik tertentu. Dalam kaitannya dengan museum, harga tiket masuk mencerminkan nilai tukar yang harus dibayar oleh pengunjung untuk memperoleh akses dan menikmati layanan serta fasilitas yang disediakan oleh museum. Untuk meningkatkan daya tarik dan minat pengunjung, penting bagi museum untuk memastikan bahwa harga tiket yang ditawarkan mencerminkan nilai yang dirasakan oleh pengunjung dari segi kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengalaman keseluruhan yang mereka dapatkan. Ketika harga dirasa sepadan dengan nilai yang diperoleh, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan keinginan pengunjung untuk kembali di masa mendatang.

Studi Pradito (2023) juga mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengunjung untuk mengunjungi Museum Sejarah Java di Yogyakarta. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ada korelasi yang kuat antara kedua faktor ini, di mana harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik dapat secara bersamaan meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke museum. Dengan demikian, museum yang mampu menawarkan harga tiket yang kompetitif, sembari tetap mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanannya, akan lebih mampu menarik minat pengunjung, baik yang pertama kali datang maupun yang berkeinginan untuk kembali berkunjung di masa depan.

Lebih lanjut, pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan terhadap minat pengunjung untuk kembali ke museum juga terbukti signifikan dalam konteks Museum Negeri Sumatera Utara. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang baik dan harga yang wajar secara bersama-sama dapat meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang ke museum tersebut. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk fasilitas pengunjung yang sangat memadai serta pelayanan yang memuaskan dari pihak museum, sehingga pengunjung merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Kepuasan ini tidak hanya membuat mereka bersedia untuk kembali mengunjungi museum di lain kesempatan, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan Museum Negeri Sumatera Utara kepada teman, keluarga, atau kenalan mereka sebagai salah satu destinasi wisata yang patut dikunjungi.

Selain itu, penelitian juga mengungkapkan bahwa di antara berbagai faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali, harga merupakan variabel yang paling dominan. Sementara kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan, harga tiket masuk museum memainkan peran yang lebih besar dalam keputusan pengunjung untuk kembali. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa harga menjadi salah satu faktor paling penting yang perlu diperhatikan oleh manajemen museum dalam upaya meningkatkan loyalitas pengunjung. Studi ini juga menemukan bahwa ada variabel lain yang tidak diteliti yang memengaruhi sekitar 26% dari minat berkunjung kembali, sementara 73% dari keputusan pengunjung untuk kembali dipengaruhi oleh faktor harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, jika museum ingin memperkuat minat berkunjung kembali, mereka harus memastikan bahwa harga tiket yang ditawarkan sejalan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga pengunjung merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bertahap meningkatkan minat pengunjung Kembali di Museum Negeri Sumatera Utara. Kualitas pelayanan, yang meliputi penampilan rapi pegawai, pengetahuan sejarah yang luas, dan pelayanan yang baik, berpengaruh signifikan, meskipun daya tanggap pegawai dianggap paling sedikit mempengaruhi. Harga tiket juga berpengaruh, terutama karena sesuai dengan kualitas layanan dan pengetahuan yang diperoleh pengunjung, namun belum cukup bersaing dengan objek wisata lain. Secara keseluruhan, Kualitas Pelayanan dan Harga berkontribusi 27,6% terhadap minat kunjungan kembali, sementara komponen lain yang belum diteliti memengaruhi yang lain.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan sebagai berikut:

- a. Museum Negeri Sumatera Utara sebaiknya meningkatkan kompetensi kualitas pelayanan pegawai agar dapat memberikan daya tanggap yang lebih baik bagi pengunjung, terutama dalam hal kecepatan pelayanan dan ketersediaan pegawai ketika dibutuhkan.
- b. Karena sebagian besar pengunjung adalah pelajar, sebaiknya harga tiket disamakan untuk semua pelajar, mulai dari TK hingga mahasiswa, tanpa memandang latar belakang pendidikan.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti promosi dan daya tarik agar hasil penelitian lebih komprehensif.
- d. Pegawai museum sebaiknya memiliki kemampuan berbahasa asing untuk melayani wisatawan asing dengan lebih efektif.
- e. Sangat penting bagi pegawai untuk memiliki sikap sopan santun terhadap pengunjung yang ingin bertanya, guna meningkatkan kualitas interaksi dan kenyamanan pengunjung.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan artikel ini, yaitu:

1. Dr. Ir. Idham Kamil, S.T., M.T., Direktur Politeknik Negeri Medan.
2. Harris Pinagaran Nasution, S.E., M.Si., Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
3. Desri Wiana, S.S., M.Hum., Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
4. Rismawati, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi MICE Politeknik Negeri Medan.
5. Efni Siregar, S.E., M.Pro., M.SM., Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan staf Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
7. Seluruh teman-teman Program Studi MICE Angkatan 2020, khususnya kelas MICE-8A.
8. Sobat Lulus Bareng 2024: Nazla Alya Rachmi, Anggifa Keysa Pramanda, Fiona Odelia Manurung, Zahwa Fatia, serta seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian dan pihak lain yang telah banyak membantu penulis, baik dari segi motivasi, saran, maupun dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atallarick, M. D. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan museum terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke Museum Nasional Indonesia (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Edney, M. H., & Pedley, M. S. (Eds.). (2020). *The history of cartography, Volume 4: Cartography in the European Enlightenment (Vol. 4)*. University of Chicago Press.
- Komarac, T. (2014). A new world for museum marketing? Facing the old dilemmas while challenging new market opportunities. *Market-Tržište*, 26(2), 199-214.
- Markovic, S., Raspor Jankovic, S., & Komšić, J. (2013, April). Museum service quality measurement using the HISTOQUAL model. In 2nd International Scientific Conference Tourism in South East Europe.
- Nuraeni, B. S., Ferdinand, A. T., & Sufian, S. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museum Ranggawarsita Semarang (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Pradito, H. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung ulang pada History Of Java Museum Yogyakarta. Retrieved from AMPTA Repository.
- Saifuddin, S. (2020). Pemasaran museum. Retrieved from Budaya Jogjaprov: <https://budaya.jogjaprov.go.id/artikel/detail/755-pemasaran-museum>.