

# **Analisis Kepuasan Pengunjung Museum Sebagai Dampak Dari Implementasi Strategi *Physical Evidence***

Rian Andriani<sup>1</sup>, Nanda Nurdiana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>AKPAR BSI Bandung, rian.rrn@bsi.ac.id

<sup>2</sup>STP ARS Internasional, nandanurdiana347@gmail.com

## **ABSTRAK**

Museum Geologi merupakan objek daya tarik wisata edukasi yang berada di Kota Bandung Jawa Barat, secara keseluruhan museum ini memamerkan fosil-fosil yang terdiri dari hewan, tumbuhan, batuan dan manusia. Museum Geologi merupakan salah satu museum yang mengkomunikasikan peninggalan atau fosil-fosilnya dengan menggunakan alat bantu modern seperti TV LED, infokus dan alat elektronik lainnya, dengan demikian seandainya fasilitas fisik mengalami kerusakan tentunya akan membuat operasional kurang maksimal. Pada museum geologi terdapat beberapa koleksi fosil yang sangat digemari oleh para pengunjung diantaranya yaitu fosil *Tyranosaurus Rex*. Fosil ini menjadi salah satu daya tarik yang banyak dilihat dan diabadikan dengan di foto. Fosil tersebut juga memiliki ukuran yang besar sehingga membuat pengunjung terkagum akan ukurannya. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan verifikatif, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Pelayanan fisik serta produk adalah faktor penting bagi suatu museum dalam meningkatkan kepuasan, sehingga peneliti fokus dalam menganalisis kepuasan pengunjung museum sebagai dampak dari implementasi strategi *physical evidence*.

**Kata Kunci :** *Physical Evidence*, Atribut Produk dan Kepuasan Pengunjung

## **ABSTRACT**

*Geology of Museum is one of education tourist attraction at Bandung city, West Java, all the museum to exhibit the fossil of animal, plants, rocks and humans. Museum Geologi is one of museum that communicates inheritance or fossils with using modern aids like TV LED, in focus, and other electronic tool. Thus if physical facility gets destruction, it will obviously make operational is less maximum. In Museum Geologi, there are some fossil collections that are most favored by visitors, such as fossil of Tyranosaurus Rex. This fossil becomes one of attractiveness which is many seen and captured on photograph. These fossils have also the huge size so it makes visitors amazed of its size. The researcher use quantitative descriptive and verivicative method. This research use multiple regression analysis with 100 respondents. Physical service and also product are the important factor for a museum in improving the satisfaction, so the researcher focuses on the analyze o the of visitor's satisfaction as impact from the implementation strategy tphysical evidence*

**Keyword :** *Physical evidence, Product Atribut and customer satisfaction*

*Naskah diterima : 20 Januari 2017, Naskah dipublikasikan : 15 April 2017*

## **PENDAHULUAN**

Pengunjung sama halnya dengan pelanggan. Pelanggan adalah orang yang

sangat penting keberadaannya di suatu perusahaan, sehingga memunculkan ungkapan bahwa pelanggan adalah raja

(Syarifuddin, 2013). Pernyataan itu terkait dengan pelanggan yang selalu menjadi turis destinasi, itu membuat turis adalah seorang raja. Bagian tersebut masih relevan dengan bisnis saat ini, termasuk bisnis pariwisata.

Jasa bersifat *intangibile*, karenanya pelanggan kerap kali mengandalkan *tangible cues* atau *physical evidence* dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah konsumsi (Trief, 2007). Secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya (Tjiptono, 2011). Beberapa kota di Indonesia mempunyai destinasi wisata yang beragam. Salah satunya di kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang ada di Indonesia yang bisa dikatakan sedang berkembang kepariwisataannya. Bandung juga merupakan salah satu kota yang mendapat banyak penghargaan baik dari segi wisatanya dan kebersihannya. Hingga saat ini kota Bandung sering sekali dikunjungi oleh para pengunjung asing. Mereka

tertarik dengan objek-objek wisata yang ada di kota Bandung. Sehingga kota Bandung selalu ramai oleh turis asing dari berbagai negara. Tentunya ini merupakan salah satu hasil yang dapat di manfaatkan kota Bandung untuk menarik para pengunjung yang berdatangan

Salah satu objek wisata sejarah edukasi di kota Bandung adalah Museum Geologi Bandung yang terletak di Jl. Diponegoro No 57. Museum Geologi Bandung merupakan museum yang mengedepankan konsep wisata edukasi, artinya kita belajar sambil berwisata. Banyak hal yang di dapat setelah mengunjungi Museum Geologi (Bronto dan Hartono, 2006). Salah satu yang menjadi *icon* adalah fosil gajah purba atau *Stegodon Trigonacepallus Martin* dan fosil dinosaurus raksasa yang berjenis *Tyranosaurus Rex*. Setiap harinya Museum Geologi selalu mendapat banyak kunjungan, baik itu rombongan sekolah dasar sampai universitas.

Dapat dilihat pada Tabel 1 mengenai jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Geologi Bandung.

Tabel 1  
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Museum Geologi

Tahun	Umum	Pelajar	Asing	Tamu Khusus	Total
2011	56.574	380.784	3.986	-	441.344
2012	58.110	456.522	3.862	233	518.272
2013	43.667	463.779	3.516	1.920	512.882
2014	42.547	494.293	3.517	1.345	541.702
2015			569.475		569.475

Sumber: Ardiani (2015)

Museum Geologi merupakan salah satu museum yang berada di kota Bandung yang memamerkan fosil-fosil hewan, tumbuhan, manusia dan batuan. Bangunan Museum merupakan salah satu bukti fisik yang yang dapat dilihat oleh pengunjung. *Physical Evidence* merupakan strategi yang tepat dilaksanakan di Museum, dikarenakan bukti fisik meliputi penampilan dari bangunan, pemandangan, sarana, perlengkapan interior, peralatan, seragam karyawan, tanda, bahan-bahan dan isyarat yang terlihat lainnya (Scranton et al., 2003). Dengan kata lain seandainya *Physical Evidence* tidak terlaksana dengan

baik, besar kemungkinan akan berdampak pada kepuasan pengunjung, karena *Physical Evidence* ini merupakan bukti yang nyata dalam kualitas pelayanan jasa.

Bukti fisik tentunya menjadi salah satu faktor penting dalam perusahaan khususnya museum, karena pada dasarnya museum harus memamerkan benda peninggalan atau fosil dengan berbagai macam informasi yang di tata secara rapih, guna membuat pengunjung mudah untuk mendapatkan apa yang tersirat dalam benda atau fosil tersebut (Dirgantara, 2013). Seperti jelasnya tanda penunjuk arah, peralatan yang digunakan untuk

menunjang suatu produk selalu terawat dan tidak rusak, dan mudahnya mendapatkan informasi. Akan tetapi hal itu tidak selalu berbanding lurus dengan kenyataan. Walaupun pengunjung meningkat, tetapi kita tidak tahu mereka semua mendapatkan rasa kepuasan atau tidak. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pada Kepuasan Konsumen Atas Museum Sebagai Dampak Dari Implementasi Strategi *Physical Evidence*”.

**KAJIAN LITERATUR**

**Physical Evidence**

Jasa bersifat *intangible*, karenanya pelanggan kerap kali mengandalkan *tangible cues* atau *physical evidence* dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah konsumsi. Secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi dan bentuk-bentuk

komunikasi fisik lainnya (Tjiptono, 2011). Bukti fisik (*Physical Evidence*) adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apa pun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Lupiyoadi, 2013). Dalam bisnis jasa, pemasar perlu menyediakan sinyal/petunjuk fisik untuk dimensi tidak berwujud dari jasa yang ditawarkan perusahaan agar dapat mendukung penentuan posisi dan citra, serta meningkatkan lingkup produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* merupakan fasilitas fisik dimana berfungsi sebagai media atau perantara dalam mengkomunikasikan pelayanan jasa pada suatu perusahaan. Ada beberapa pendapat mengenai elemen-elemen dari *physical evidence* diantaranya menurut Tjiptono (2011) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2  
Elemen-elemen Physical Evidence

<i>Servicescape</i>	<i>Other Tangibles</i>
<b>Eksterior fasilitas jasa</b>	
- Desain eksterior	Kartu bisnis (kartu nama)
- <i>Signage</i>	Alat tulis
- Tempat parkir	Rekening tagihan
- <i>Landscape</i>	Laporan
- Lingkungan sekitar	Busana karyawan
<b>Interior fasilitas jasa</b>	Seragam
- Desain interior	Brosur
- Peralatan	Situs internet
- <i>Signage</i>	<i>Virtual servicescape</i>
- Layout	
- Kualitas udara/temperatur	

Sumber : Tjiptono (2011)

Produk merupakan “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Hurriyati, 2010)”. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

Sedangkan produk menurut Tan (2010) adalah “Sarana untuk memenuhi

kebutuhan konsumen”. Jadi pada intinya produk menurut Tan adalah sesuatu sarana yang bersifat atau bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan baik itu barang fisik ataupun jasa yang dapat memuaskan pelanggan.

Sedangkan menurut Hurriyati (2010) membagi dimensi-dimensi produk, diantaranya:

1. Ukuran

Suatu produk terlihat lebih mencolok apabila memiliki variasi ukuran, misalnya fosil yang ada di museum geologi yaitu *Tyranosaurus* dengan ukuran panjang 14 meter dan tinggi 6 meter, dapat membuat semua pengunjung museum menjadi senang.

2. Kualitas Produk

Suatu produk menjadi sangat diminati apabila memiliki kualitas yang sangat baik

3. Kemasan

Kemasan menjadi salah satu penunjang keberhasilan suatu produk. Misalnya, dengan kemasan yang tertutup pada penjual makanan, itu membuat makanan itu terlihat bersih dan rapi untuk dipasarkan

4. Desain

Desain tentunya salah satu dari berkembangnya suatu produk, dengan desain yang simpel dan rapih dapat menjadikan produk yang terlihat biasa menjadi luar biasa.

5. Pelayanan

Pelayanan menjadi proses dalam perusahaan khususnya jasa, pelayanan disini artinya pelayanan yang diberikan sebelum pembelian dan sampai pembelian. Berdasarkan beberapa dimensi tersebut, peneliti menggunakan dimensi yang diungkapkan oleh Hurriyati, yaitu yang terdiri ukuran, kualitas produk, kemasan, desain dan pelayanan.

**Kepuasan Pengunjung Museum**

Kepuasan pengunjung tentunya menjadi salah satu faktor penting bagi berjalannya suatu perusahaan khususnya perusahaan jasa. Kepuasan juga dapat menjadi tolak ukur terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada pengunjung apakah sudah sesuai dengan keinginan mereka apa tidak. Ada beberapa pendapat para ahli mengenai kepuasan pengunjung diantaranya:

Menurut Saladin (2011) mengatakan bahwa:

Kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh pengunjung dan dibandingkan dengan harapannya. Biasanya harapan konsumen merupakan pemikiran atau keyakinan konsumen

tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan, kinerja yang disampaikan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Ada beberapa dimensi atau elemen kepuasan, salah satunya yang dikemukakan oleh Daryanto (2014) diantaranya :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang paling penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini yang mengang kontribusi sebesar 70%, karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.

4. Faktor emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian. Faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan

5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila biaya untuk berkunjung relatif murah dan efisien dalam mendapatkan pelayanan atau menggunakan produk.

Dari pengertian dimensi atau elemen tersebut, penelitian ini menggunakan dimensi kepuasan yang dikemukakan oleh Daryanto yang terdiri dari kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

**METODE PENELITIAN**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencoba untuk mendeskripsikan mengenai *physical evidence* dan produk serta kepuasan pengunjung di lingkungan Museum Geologi Bandung. Dalam hal ini peneliti akan berusaha mencoba menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menguji pengaruh variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  terhadap  $Y$  yang diteliti. Verifikatif berarti peneliti akan menguji teori dengan menggunakan suatu hipotesis yang hasilnya apakah diterima atau sebaliknya.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan kuesioner peneliti lakukan dengan memberikan pertanyaan yang sudah peneliti buat untuk dijawab oleh para calon koresponden yang berkunjung ke Museum Geologi nantinya. Pertanyaan pada kuesioner tentunya berhubungan dengan variabel yang diteliti. Seperti yang diungkap oleh Sugiyono (2014) bahwa “kuesioner/angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

2. Observasi

Pengumpulan data dengan cara observasi peneliti lakukan, karena dengan observasi atau terjun langsung ke lokasi penelitian akan lebih mendapatkan data yang *real*, karena melihat dengan secara langsung kejadian yang sedang terjadi di Museum Geologi

3. Wawancara

Pengumpulan dengan teknik wawancara dilakukan peneliti hanya untuk menambah informasi atau data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Pada setiap penelitian untuk mengetahui hasil yang sah (Validitas) dan handal (Reliabilitas) itu tergantung dari alat pengukur atau instrumen yang digunakan dan data yang diperoleh. Apabila alat pengukur tersebut tidak sah dan handal, tentunya mengakibatkan tidak

menggambarkan keandalan yang sesungguhnya.

**Uji Validitas**

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur pertanyaan yang ada didalam kuesioner, karena suatu pertanyaan dikatakan sah jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan. Uji validitas yang dilakukan untuk menguji sejauh mana kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Bisa atau tidaknya kuesioner digunakan dilihat dari *discriminal index* dalam bentuk *koefisien korelasi Spearman*.

**Uji Reliabilitas**

Keandalan pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain (Noor, 2014). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

**Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini memakai regresi linier berganda karena membahas hubungan terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Variabel yang akan di uji adalah kepuasan pengunjung ( $Y$ ) dipengaruhi oleh *physical evidence* dan produk. *Physical evidence* ditempatkan sebagai variabel bebas pertama ( $X_1$ ), dan produk ditempatkan sebagai variabel bebas kedua ( $X_2$ ). Persamaan regresi yang dipakai adalah menurut Zuriah (2009) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = kepuasan pengunjung

$X_1$  = *physical evidence*

$a_1$  dan  $a_2$  = koefisien regresi

$X_2$  = produk

**Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis**

Penelitian ini bersifat deskriptif verifikatif, artinya dalam penelitian ini akan mendeskripsikan data serta memverifikasi data agar pada penelitian ini dapat dipahami dan diketahui kesimpulannya.

Tabel 3  
Data Kunjungan ke Museum Geologi  
Bandung

Bulan	Tahun	Jumlah Kunjungan
Januari	2015	3.9675
Februari	2015	5.5937
Maret	2015	8.2729
April	2015	5.3357
Mei	2015	5.7863
Juni	2015	4.2641
Juli	2015	1.0857
Agustus	2015	1.4883
September	2015	2.2983
Oktober	2015	5.8011
November	2015	4.9510
Desember	2015	8.1029
<b>Total</b>	<b>2015</b>	<b>569.475</b>

Sumber : Ardiani (2015)

Berdasarkan Tabel IV.1 dapat diketahui jumlah pengunjung Museum Geologi dengan total 569.475 pengunjung. Apabila total pengunjung dibagi 12 maka dapat diketahui rata-rata pengunjung awal bulan 2015 sampai akhir bulan 2015 yaitu 47.456 pengunjung. Melihat populasi yang cukup banyak, maka akan dilakukan pengambilan sampel sebagai representasi populasi.

#### Sampel

Agar lebih obyektif istilah individu sebaiknya diganti istilah subyek atau obyek. Sampel yang baik yaitu sampel yang memiliki populasi atau representatif artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal tetapi walaupun mewakili, sampel bukan merupakan duplikat dari populasi (Narbuko, 2012). Teknik sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah teknik *Random Sampling*. Menurut Narbuko (2012) mengatakan bahwa “Teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Insidental* yaitu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data.

Pada penelitian ini tidak semua populasi diteliti, dikarenakan memerlukan waktu yang cukup lama dan kurangnya tenaga yang diperlukan.

Oleh sebab itu pada penelitian ini mengambil sampel sebesar 100 untuk dijadikan responden pada penelitian ini.

#### PEMBAHASAN

##### Analisis Deskriptif Variabel *Physical Evidence* (X<sub>2</sub>)

Pada variabel *physical evidence* memiliki jumlah pertanyaan sebanyak 12 item dan responden sebanyak 100 responden, dan diperoleh total skor sebesar 4.383. Maka skor interval setiap kategori adalah 960.

Berdasarkan interval diatas, mengingat total skor yang di dapat oleh variabel *physical evidence* adalah sebesar 4.383, maka skor total *physical evidence* berada antara interval 4.080 dan 5.040 yang termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diketahui, *physical evidence* pada Museum Geologi ditanggapi baik oleh responden.

##### Analisis Deskriptif Produk (X<sub>2</sub>)

Pada variabel produk memiliki jumlah pertanyaan sebanyak 10 item dan responden sebanyak 100 responden, dan diperoleh total skor sebesar 4.041. Maka skor interval setiap kategori ditentukan sebagai berikut :

$$= \frac{(100 \times 10 \times 5) - (100 \times 10 \times 1)}{5}$$

$$= \frac{5.000 - 1.000}{5} = 800$$

Berdasarkan interval diatas, mengingat total skor yang di dapat oleh variabel produk adalah sebesar 4.041, maka skor total produk berada antara interval 3.400 dan 4.200 yang termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diketahui, produk pada Museum Geologi ditanggapi baik oleh responden.

##### Analisis Deskriptif Kepuasan Pengunjung (Y)

Pada variabel produk memiliki jumlah pertanyaan sebanyak 10 item dan responden sebanyak 100 responden, dan diperoleh total skor sebesar 4.535. Maka skor interval setiap kategori ditentukan sebagai berikut :

$$= \frac{(100 \times 12 \times 5) - (100 \times 12 \times 1)}{5}$$
$$= \frac{6.000 - 1.200}{5} = 960$$

Berdasarkan interval diatas, mengingat total skor yang di dapat oleh variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 4.535, maka skor total kepuasan pengunjung berada antara interval 4.080 dan 5.040 yang termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diketahui, kepuasan pengunjung pada Museum Geologi ditanggapi baik oleh responden.

#### **Hasil Analisis Deskriptif**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, didapatkan hasil mengenai gambaran *Physical Evidence*, produk dan kepuasan pengunjung pada Museum Geologi. Selain itu, didapatkan pula hasil mengenai seberapa besar pengaruh *physical evidence* dan produk terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Geologi Bandung.

#### **Physical Evidence**

Setelah dilakukan penelitian didapatkan suatu kesimpulan bahwa *Physical Evidence* pada Museum Geologi Bandung mencapai 4.383 apabila di presentasikan maka sebesar 73,05%. Dengan nilai tersebut dapat diketahui bahwa bukti fisik atau *Physical Evidence* pada Museum Geologi Bandung dalam kategori “Baik”. Akan tetapi pada beberapa butir pertanyaan pada *Physical Evidence*, masih ada yang mendapat nilai rendah, yaitu pada pernyataan mengenai alat untuk mengkomunikasikan informasi produk. Tentu saja itu harus menjadi salah satu perhatian bagi pihak Museum dalam menjalankan pelayanan fisik. Bukti fisik tentunya merupakan strategi yang cocok bagi Museum Geologi, karena dengan perlengkapan yang banyak dan penerangan yang cukup dan efisien dapat membuat ruangan yang ada didalam museum menjadi nyaman dan menarik. Selain itu *physical evidence* juga berfungsi sebagai media pemberi informasi mengenai produk atau koleksi yang ada di dalam Museum Geologi. Oleh sebab itu, perawatan terhadap perlengkapan seperti tanda petunjuk arah, media pemberi informasi seperti *TV LED* haruslah terawat.

#### **Atribut Produk**

Setelah dilakukan penelitian didapatkan suatu kesimpulan bahwa produk/koleksi pada Museum Geologi Bandung mencapai 4.041 apabila di presentasikan maka sebesar 80,82%. Dengan nilai tersebut dapat diketahui bahwa produk atau koleksi pada Museum Geologi Bandung dalam kategori “Baik”. Dengan hasil tersebut tentunya dapat dipastikan bahwa pemeliharaan produk/koleksi di Museum Geologi terawat. Akan tetapi nilai tersebut hanyalah gambaran, kualitas sebenarnya yaitu terletak pada para staff yang berada di Museum Geologi dalam menjaga dan merawat produk/koleksi yang ada, dan juga para pengunjung. Kemudian masih ada juga dalam butir pernyataan mengenai produk yang mendapat nilai rendah, yaitu pada pernyataan mengenai kualitas atau produk yang dipamerkan tidak mudah rusak. Tentu saja itu menjadi salah satu perhatian khusus, karena dengan adanya produk atau fosil yang mudah rusak, itu akan mengakibatkan kepuasan pada pengunjung berkurang. Oleh karena itu, dengan hasil baik ini, pihak Museum Geologi harus menjaga dan meningkatkan hasil ini dengan cara memberi arahan kepada karyawan untuk selalu menjaga produk/koleksi yang ada, juga kepada pengunjung agar tidak melakukan hal-hal yang dapat mengakibatkan kerusakan kecil pada produk atau koleksi yang ada.

#### **Kepuasan Pengunjung**

Setelah dilakukan penelitian didapatkan suatu kesimpulan bahwa kepuasan pengunjung pada Museum Geologi Bandung mencapai 4.535 apabila di presentasikan maka sebesar 75,6%. Dengan nilai tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan pengunjung pada Museum Geologi Bandung dalam kategori “Puas”. Dengan hasil puas tersebut, maka pihak Museum Geologi dapat dikatakan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada para pengunjung yang telah berkunjung ke Museum Geologi. Tentunya pelayanan menjadi salah satu faktor pendorong dalam suatu obyek wisata termasuk Museum Geologi. Oleh sebab itu, pihak Museum harus meningkatkan kembali kepuasan pengunjung agar berada pada kategori sangat puas.

Setelah dilakukan penelitian didapatkan suatu kesimpulan bahwa pengaruh yang diberikan dari *Physical Evidence* dan produk secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung mencapai 0.343 apabila di presentasikan maka sebesar 34%. Dengan hasil tersebut dapat dipastikan bahwa *Physical Evidence* dan produk memiliki pengaruh positif negatif terhadap kepuasan pengunjung secara simultan. Hal ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muksinah dan Ida A. Brahmaratih pada tahun 2014 dengan judul *The Impact Of Product, People, Process dan Physical Evidence On Customer Loyalty at PT Samudera Shippig Services* Surabaya, dengan kesimpulan yang menyatakan bahwa *physical evidence* dan produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini loyalitas sama halnya dengan kepuasan pengunjung, karena apabila pengunjung itu loyal, pastinya mereka juga puas. Dengan adanya pengaruh pada *Physical Evidence* dan produk, hal itu haruslah menjadi perhatian penting bagi pihak Museum Geologi. *Physical Evidence* tentunya sangat berfungsi sebagai media penyampaian informasi pada Museum Geologi, dengan adanya media ini para pengunjung pun akan merasa terbantu hanya dengan melihat layar *TV LED* yang telah disediakan. Kemudian dengan jelasnya petunjuk arah menuju setiap ruangan, dapat membuat pengunjung tidak merasa kebingungan. Oleh karena itulah *Physical Evidence* harus menjadi salah satu faktor yang diperhatikan pihak Museum Geologi dalam meningkatkan kepuasan yang dirasakan para pengunjung. Dalam hal ini suatu yang paling penting juga adalah produk/koleksi yang di pamerkan oleh pihak Museum Geologi. Dengan banyaknya koleksi yang ada tentunya membuat pengunjung merasa senang, disamping itu tentunya kualitas produk/koleksi harus terjaga dengan baik.

#### **PENUTUP**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Physical Evidence* dapat dikatakan dalam kategori baik. Walaupun demikian, masih perlu ditingkatkan, karena pada beberapa

pernyataan kuesioner yang diajukan masih mendapat respon yang kurang memuaskan. Salah satunya pada pernyataan mengenai alat penunjang informasi. Atribut produk /koleksi dalam kategori baik. Walaupun demikian, masih perlu ditingkatkan kembali, mengingat masih ada beberapa pernyataan kuesioner yang diajukan masih mendapat respon yang kurang memuaskan. Salah satunya pada pernyataan mengenai bahwa kualitas produk/koleksi tidak mudah rusak. *Physical Evidence* dan atribut produk berpengaruh positif negatif terhadap kepuasan pengunjung.

Saran dari penelitian ini adalah pihak Museum baik di Bandung maupun Museum di Indonesia memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pengunjung yang berdatangan. Oleh sebab itu, pihak Museum harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas *physical evidence* dengan cara melakukan pengecekan terhadap semua alat penunjang baik dalam waktu satu bulan sekali. Hal itu untuk mengantisipasi agar tidak terjadi kerusakan yang dapat mengganggu kegiatan operasional di Museum. Pihak Museum harus lebih memperhatikan kembali dan meningkatkan kualitas pelayanan fisik (*Physical Evidence*) dan juga kualitas produk atau fosil yang dipamerkan. Dengan meningkatkan kualitas, *Physical Evidence* dan produk di Museum dapat membuat pengunjung merasa puas. Limitasi pada penelitian ini tidak mengkaji tata cahaya pada Museum, sejatinya tata cahaya memiliki keterkaitan dengan kepuasan pengunjung (Lathifah, 2012).

#### **REFERENSI**

- Ardiani, A. C. (2015). *Pelayanan Komunikasi Museum Geologi Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Wisatawan* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung (Unisba)).
- Bronto, S., & Hartono, U. (2006). Potensi sumber daya geologi di daerah Cekungan Bandung dan sekitarnya. *Indonesian Journal on Geoscience*, 1(1), 9-18.



- Daryanto, dan Ismanto Setyabudi. (2014). *Konsumen dan pelayanan Prima*, Gava Media, Yogyakarta, 53-54
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara. *Management Analysis Journal*, 2(1).
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung, 49-50
- Lathifah, N. H. (2012). *Pengaruh atmosfer toko (store atmosphere) terhadap keputusan pembelian: Studi pada Toko Buku Togamas Cabang Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Lesmana, A. A., & Brahmanto, E. (2016). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Primata Schmutzer Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal PARIWISATA*, 2(2), 121-128.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Salemba Empat, Jakarta, 120
- Narbuko, Cholid, dan Abu Achmadi. (2012). *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 107, 111
- Noor, Juliansyah. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonom & Manajemen*, PT Grasindo, Jakarta, 24, 47, 63
- Saladin, Djaslim. (2013). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*, CV. Agung Ilmu, Bandung, 131
- Scranton, R., Connolly, A. J., Nichol, R. C., Stebbins, A., Szapudi, I., Eisenstein, D. J., ... & Gunn, J. E. (2003). *Physical evidence for dark energy*. *arXiv preprint astro-ph/0307335*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 231
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 142
- Syarifuddin, Didin. 2013. *Tourism Destination Service Quality To Tourist Satisfaction*. Bandung: Manajemen Pariwisata, STP ARS Internasional.  
[http://www.researchgate.net/profile/Didin\\_Syarifuddin/publication/287206496\\_Tourism\\_Destination\\_Service\\_Quality\\_to\\_Tourist\\_Satisfaction/links/56735bad08aee7a42743886b.pdf?inViewer=0&pdfJsDownload=0&origin=publication\\_detail](http://www.researchgate.net/profile/Didin_Syarifuddin/publication/287206496_Tourism_Destination_Service_Quality_to_Tourist_Satisfaction/links/56735bad08aee7a42743886b.pdf?inViewer=0&pdfJsDownload=0&origin=publication_detail) (25 Februari 2017). 1
- Tan, Rio Budi Prasadja. (2010). *Kunci Sukses Memasarkan Jasa Pariwisata*, Erlangga, Bandung, 123
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Sleman, 85, 185.
- Trief, E. (2007). The use of tangible cues for children with multiple disabilities and visual impairment. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 101(10), 613.
- Zuriah, Nurul. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan Teori – Aplikasi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 215

#### **BIODATA PENULIS**

Rian Andriani, S.Pd, MM., adalah Dosen di AKPAR Bina Sarana Informatika (BSI) Bandung, mendapat gelar Master Manajemen tahun 2010. Saat ini tertarik melakukan penelitian di bidang Manajemen Pariwisata.