

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

Selly Widi Widanti¹, Muhammad Subkhan², Siti Endarwati³
¹²³STIE Widya Wiwaha
msubkhan@stieww.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel wujud fisik terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Pengaruh variabel empati karyawan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Pengaruh variabel kehandalan layanan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Pengaruh variabel ketanggapan karyawan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Pengaruh variabel jaminan layanan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode dalam penelitian ini adalah metode survei dengan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Penelitian akan dilakukan pada bulan November 2021. Subjek penelitian adalah Benteng Vredeburg yang beralamat di Jalan Margo Mulyo Nomor 6, Ngupasan, Gondomanan Yogyakarta sebanyak 53 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian *tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,969 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 \leq 0,05$), disimpulkan *tangibles* mempunyai pengaruh positif dan signifikan Kepuasan pengunjung. *Empathy* mempunyai nilai t hitung sebesar 3,674 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 \leq 0,05$), disimpulkan variabel *empathy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. *Tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,743 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *tangibles* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. *Responsiveness* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,828 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,007 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. *Assurance* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,765 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,008 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Hasil f hitung sebesar 64,005 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), disimpulkan ada pengaruh kualitas pelayanan secara *simultan* terhadap kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan Pengunjung.

PENDAHULUAN

Dunia pariwisata saat ini sangat didukung oleh beragam cabang kegiatan. Salah satunya cabang yang berperan penting dalam pariwisata adalah fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Definisi objek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan (Wardiyanta, 2006). Salah satu obyek wisata yang mempunyai dukungan fasilitas yang baik mulai dari parkir, toilet, diorama yang ada di dalamnya. Sejarah berdirinya Benteng Vredeburg, diusulkan oleh Belanda lewat utusan Gubernur W.H Van Ossenberch, dengan tujuan untuk menjaga stabilitas dan keamanan Pemerintahan Sri Sultan Hamengkubuwono I. Butuh waktu 5 tahun untuk merealisasikan ide dari Belanda tersebut, karena harus menunggu restu dari Sri Sultan Hamengkubuwono I. Pembangunan Benteng Vredeburg sebenarnya hanya menyempurnakan bangunan yang sudah ada sebelumnya, Benteng Rustenburg. Frans Haak adalah arsitek yang ditugaskan untuk memimpin pembangunan Benteng Vredeburg di Yogyakarta. Kemudian nama Benteng Rustenburg diganti nama dengan nama Benteng Vredeburg Yogyakarta yang mempunyai makna Perdamaian.

Sejak dibangunnya Benteng Vredeburg di Yogyakarta ini sudah beberapa kali mengalami perubahan fungsi, seperti yang anda ketahui saat ini. Setiap tahun, jumlah wisatawan Benteng Vredeburg meningkat pesat. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2014 jumlah wisatawan yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg sebanyak 325.486 dan pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg sebanyak 448.545 wisatawan. Wisatawan tidak hanya dari Daerah Istimewa Yogyakarta, namun meluas dari berbagai daerah di Indonesia. Rombongan sejumlah negara asing pun rutin mengunjungi Benteng Vredeburg, di antaranya dari Korea Selatan, Filipina, dan Belanda. Banyaknya pengunjung yang datang sering kali membuat kurangnya pengawasan terhadap fasilitas yang berupa prasarana dan sarana, sehingga ada beberapa alat peraga dan simulasi yang rusak. Keadaan dan fungsi dari prasarana dan sarana erat kaitannya dengan persiapan, perawatan dan pelayanan dari pengelola kepada wisatawan sebagai konsumen produk wisata.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap kualitas layanan, prasarana, dan sarana bagi wisatawan. Hal itu menjadi penting karena kualitas yang baik menjadi tolak ukur kinerja pelayanan dan kesiapan terhadap prasarana serta sarana yang ditawarkan sebelumnya. Wisatawan sebagaimana layaknya pelanggan yang lain, biasanya memiliki harapan terhadap kualitas jasa dan prasarana serta sarana yang ditawarkan oleh pengelola. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006), menyatakan bahwa awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa tetapi pada saat itu mereka menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi kualitas jasa tersebut, yakni kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Tiga lainnya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Mengacu pada hal tersebut membuat peneliti merasa perlu untuk meneliti tentang tingkat kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg dari segi pelayanan, meskipun ada beberapa hal lain yang perlu untuk diteliti juga seperti fasilitas dan layanan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa wisatawan juga berhak mendapatkan pelayanan yang layak dan memadai pada kegiatan wisata Museum Benteng Vredeburg. Maka dari itu, guna mengukur tingkat kepuasan wisatawan, yang diharapkan dapat berguna bagi jasa Museum Benteng Vredeburg dan peneliti, maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg.? Dan Apakah variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, Jaminan Layanan, dan empati berpengaruh signifikan secara *simultan* terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg.?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan secara *parsial* berpengaruh terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Dan untuk mengetahui variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan secara *simultan* berpengaruh terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teoritis

Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1998) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2002:59).

Kualitas layanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung (wisatawan) atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (*expected service*). *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pengunjung (wisatawan) atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001:148).

Menurut Philip Kotler (2000 : 440) dalam Buchari Alma (2007: 284) terdapat 5 (lima) determinan kualitas jasa yang disingkat dengan TERRA yaitu : *Tangible* (berwujud), *Emphaty* (*empati*), *Reliablity* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (kepastian).

Konsep Kepuasan Wisatawan (Pengunjung)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:52).

Menurut Wilkie dalam Tjiptono (1997:24) kepuasan adalah merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk ataupun menurut jasa. Sedangkan menurut Engel, et.al dalam Tjiptono (1997:24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Kajian Empiris

Dalam melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Benteng Vredenburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Peneliti melakukan studi kepustakaan terlebih dahulu terhadap jurnal-jurnal penelitian yang memiliki tema yang sejalan dengan penelitian. Peneliti mengambil jurnal yang membahas mengenai kualitas pelayanan dalam kaitannya kepuasan pengunjung atau pelanggan.

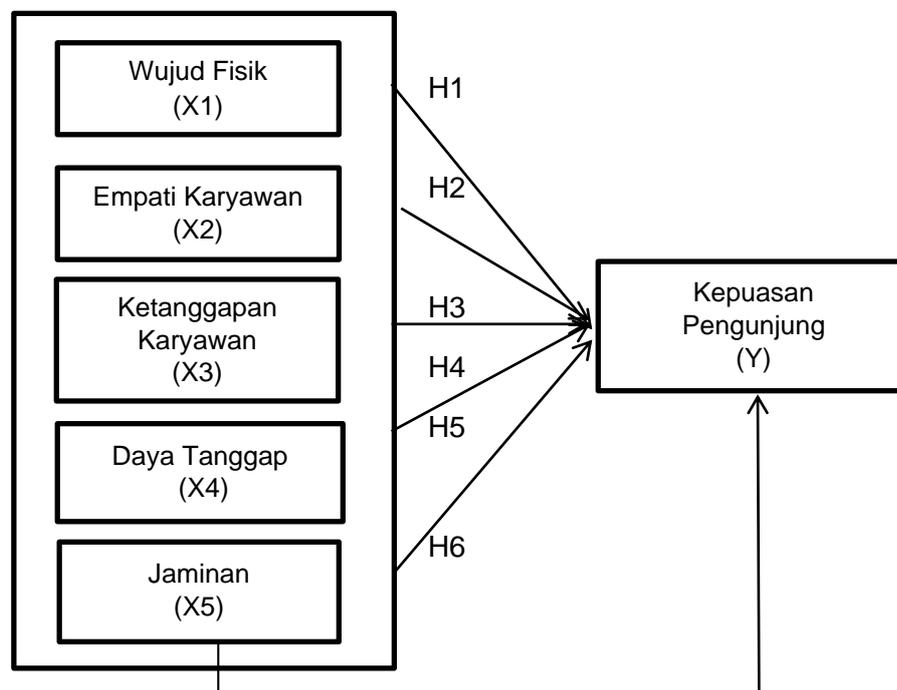
1. Jurnal tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”. Jurnal ini dibuat oleh Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari pada tahun 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi langsung dan dengan menyebar kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan perbedaan gender berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Jurnal tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. Jurnal ini dibuat oleh Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati pada tahun 2014. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 116 responden yang merupakan pelanggan McDonald’s MT. Haryono Malang. Penelitian ini menggunakan metode analisis diskriptif dan analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Jurnal tentang “kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jurnal ini dibuat oleh Heni Rohaeni, dan Nisa Marwa pada tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
4. Jurnal tentang “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan”. Jurnal ini dibuat oleh Abdul Gofur pada tahun 2019. Tujuan penelitian

ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Jurnal tentang “pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan”. Jurnal ini dibuat oleh Malik Ibrahim, dan Siti Marijam Thawil pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda untuk pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Pada penelitian kuantitatif, hipotesis lazim dituliskan dalam sub-sub tersendiri. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya di pendahuluan, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

1. H_{01} : Wujud Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta.
 H_{a1} : Wujud Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta.

2. H_{02} : Keandalan Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
 H_{a2} : Keandalan Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
3. H_{03} : Ketanggapan Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
 H_{a3} : Ketanggapan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
4. H_{04} : Jaminan Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
 H_{a4} : Jaminan Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
5. H_{05} : Empati Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
 H_{a5} : Empati Karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
6. H_{06} : Kepuasan Pengunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.
 H_{a6} : Kepuasan Pengunjung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Benteng Vredeburg.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Benteng Vredeburg yang beralamat di Jalan Margo Mulyo Nomor 6, Ngupasan, Gondomanan Yogyakarta.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan sebagai dasar penelitian ini adalah pengunjung Museum Benteng Vredeburg. Peneliti mengambil 30-50 responden untuk dijadikan sampel penelitian dengan alasan yang digunakan sebagai dasar menentukan jumlah responden dengan pertimbangan bahwa jumlah pengunjung Museum Benteng Vredeburg yang tidak dapat dipastikan jumlahnya.

Teknik Penarikan Sampel

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probabilitas Sampling*, dengan teknik *purpose sampling*. Responden yang akan dijadikan sebagai sampel dari penelitian ini adalah pengunjung dari Benteng Vredeburg dengan syarat:

- a. Usia minimal 17 tahun dan maksimal 50 tahun.
- b. Pernah berkunjung ke benteng vredeburg.

- c. Bersedia mengisi kuesioner yang telah diberikan.
- d. Pengambilan sampel dengan kriteria diatas dilakukan selama 3 hari.

Jenis Data

Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data berupa angka dan jumlah dengan berbagai klasifikasi antara lain berbentuk frekuensi, nilai rata-rata penyimpangan dari nilai baku, presentase nilai maksimum dan lain-lain. Data kuantitatif yang didapat dari hasil kuesioner.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam memperoleh data dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden melalui *Whatsapp Mesanger* dengan mengisi *google form* atau dikirim melalui *email*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah literature atau buku-buku yang telah ada sebelumnya sehingga akan memberikan suatu data bagi peneliti berupa data sekunder.

Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu : Variabel Independen pada penelitian ini adalah bukti fisik (*Tangibles*) (X1), Empati (*Emphaty*) (X2), Kehandalan (*reability*) (X3), daya tanggap (*Responsiveness*) (X4), Jaminan (*assurance*) (X5). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan pengunjung (Y).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)(X1), (Fandy Tjiptono (2015:136))	<ul style="list-style-type: none"> • Kondisi fisik bangunan • Sirkulasi udara di dalam ruangan • Penerangan di dalam ruangan • Luas ruangan 	Likert
	Empaty (<i>empathy</i>) (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian yang di berikan petugas • Keramahan yang diberikan petugas • Keramahan petugas 	
	Kehandalan (<i>reability</i>) (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Prosedur penerimaan pengunjung • Kesigapan pengunjung dalam pelayanan • Ketepatan petugas dalam pelayanan 	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X4)	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tanggap petugas 	
	Jaminan (<i>assurance</i>) (X5)	<ul style="list-style-type: none"> • Jaminan pelayanan prima yang di berikan petugas 	

Kepuasan Pengunjung (Y)	Perasa senang dan puas, membandingkan produk (Kotler 2007:177)	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan kepuasan pelayanan • Tingkat kepuasan yang diperoleh pengunjung • Kualitas pelayanan yang di berikan terhadap kepuasan pengunjung 	Likert
-------------------------	--	--	--------

Skala Data

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Dalam skala *Likert* unsur-unsur yang diteliti diberi skor.

Uji Instrument

Uji Validitas

Instrument yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2010), Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak.

Uji validitas dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows 22* dengan melakukan korelasi brivate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruks.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini digunakan teknik pegujian dengan metode *Alpha Cronbach*. Perhitungan menggunakan *Alpha Cronbach* dapat menggunakan alat bantu komputer yaitu program *SPSS for 22* dengan menggunakan model *Alpha*.

Uji Asumsi Klasik

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Untuk itu perlu dilakukan Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian terhadap hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menentukan pola hubungan antara lebih dari satu variabel dependen. Persamaan dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Pengunjung
- a : Konstanta persamaan regresi
- X1 : Bukti fisik (*tangibles*)
- X2 : Empaty (*empathy*)
- X3 : Kehandalan (*reliability*)
- X4 : Daya tanggap (*responsiveness*)

- X_5 : Jaminan (*assurance*)
 e : Kesalahan pengganggu (*standard error*)

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara *parsial* masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Uji t dilakukan dengan bantuan software SPSS.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan (*simultan*) terhadap kepuasan pengunjung. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansi yaitu 0,05%. Uji F dilakukan dengan bantuan software SPSS.

Metode Analisis Data

1. Analisa Data Deskriptif

Analisa data deskriptif merupakan analisa yang dilakukan dengan mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti dengan menguraikan data yang diperoleh dari data sampel atau populasi sebagaimana adanya, serta membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

2. Analisa Data Inferensial

Analisa data inferensial merupakan analisa data melalui pengujian-pengujian yang dilakukan terhadap data-data yang diperoleh dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS20 *for windows*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh variabel wujud fisik terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. (2) pengaruh variabel empati karyawan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. (3) pengaruh variabel kehandalan layanan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. (4) pengaruh variabel ketanggapan karyawan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. (5) pengaruh variabel jaminan layanan terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. (6) pengaruh signifikan variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, Jaminan Layanan, dan empati secara *simultan* terhadap kepuasan Pengunjung di Museum Benteng Vredeburg. Data responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 53 kuesioner, sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 53 responden. Distribusi subjek penelitian pengunjung di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat diuraikan sebagai berikut ini :

Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini di dasarkan pada jenis kelamin, pendidikan terakhir, umur, pekerjaan dan penghasilan. Deskripsi Karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Jumlah	Presentase (%)
Laki - Laki	19	35,8
Perempuan	34	64,2
Total	53	100

Sumber: data diolah 2021

b. Umur

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
< 20	8	15,1
21 – 30	44	83,0
41 – 50	1	1,9
Total	53	100

Sumber: data diolah 2021

c. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Diploma	2	3,8
S1/S2/S3	9	17,0
SMA	42	79,2
Jumlah	53	100

Sumber: data diolah 2021

d. Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	37	69,8
Pegawai Swasta	7	13,2

TNI/POLRI	2	3,8
Wiraswasta	7	13,2
Jumlah	53	100

Sumber data diolah:2021

e. Penghasilan

Sedangkan karakteristik responden berdasarkan penghasilan dapat di deskripsikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

Keterangan	Jumlah	Persentase
< Rp 500.000	25	47,2
> Rp 500.000 - Rp 1.000.000	13	24,5
Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000	8	15,1
Rp 2.500.000 - Rp 3.000.000	7	13,2
Total	53	100,0

Sumber: data diolah 2021

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan analisis pada data yang diperoleh, data tersebut diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* antar masing-masing *item* yang mengukur suatu variabel dengan skor total variabel tersebut. Suatu *item* dikatakan valid jika koefisien korelasi *r* hitung bernilai positif dan lebih besar dari *r* tabel, dengan $N = 53$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,266. Berikut ini hasil uji validitas kuesioner menggunakan *SPSS for windows 21.0*.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X.P1	0,785	0,266	Valid
	X.P2	0,438	0,266	Valid
	X.P3	0,346	0,266	Valid
	X.P4	0,345	0,266	Valid
	X.P5	0,602	0,266	Valid
	X.P6	0,438	0,266	Valid
	X.P7	0,371	0,266	Valid
	X.P8	0,785	0,266	Valid
	X.P9	0,765	0,266	Valid
	X.P10	0785	0,266	Valid
	X.P11	0,410	0,266	Valid
	X.P12	0,785	0,266	Valid

Kepuasan Pengunjung	Y.P1	0,678	0,266	Valid
	Y.P2	0,563	0,266	Valid
	Y.P3	0,548	0,266	Valid

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel dapat diketahui bahwa semua *item* pernyataan dalam variabel tersebut dinyatakan valid. Hal itu karena semua *item* pernyataan mempunyai r hitung $> 0,266$ uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS for windows* 21.0 untuk setiap variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Kualitas pelayanan (X)</i>	0,719	Reliabel
<i>Kepuasan pengunjung (Y)</i>	0,689	Reliabel

Sumber: data diolah

Hasil uji reliabilitas pada tabel Menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* pada semua *item* pernyataan menunjukkan lebih dari 0,60. Dapat dikatakan bahwa semua *item* pernyataan dalam penelitian dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mempermudah mengetahui tanggapan umum responden mengenai pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti, yaitu pengaruh harga, kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Hasil statistik data penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9. Statistik Hasil penelitian

Keterangan	<i>Tangibility</i>	<i>Empaty</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	Kepuasan pengunjung
<i>Mean</i>	8,54	9,21	9,58	6,23	3,41	9,49
<i>Median</i>	8,00	9,00	10,00	6,00	4,00	10,00
<i>Mode</i>	8,00	10,00	9,00	6,00 ^a	4,00	10,00
<i>Std. Deviation</i>	1,17	1,12	1,05	1,07	0,66	1,12
<i>Minimum</i>	6,00	7,00	8,00	4,00	2,00	7,00
<i>Maximum</i>	12,00	12,00	12,00	8,00	4,00	12,00
<i>Sum</i>	453,00	488,00	508,00	330,00	181,00	503,00

Sumber: data diolah 2021

1. Indikator *tangibility* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 8,55 dan nilai standar deviasi sebesar 1,17.
2. Indikator *empaty* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 9,21 dan nilai standar deviasi sebesar 1,11.
3. Indikator *Reliability* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 9,59 dan nilai standar deviasi sebesar 1,05.
4. Indikator *responsiveness* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 6,23 dan nilai standar deviasi sebesar 1,07.

5. Indikator *assurance* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,42 dan nilai standar deviasi sebesar 0,66.
6. Variabel kepuasan pengunjung mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 9,49 dan nilai standar deviasi sebesar 1,12.

Uji Prasyarat Analisis

Hasil uji prasyarat yang dilakukan menggunakan komputer dengan bantuan program SPSS analisis disajikan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

**Tabel 10. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	<i>Unstandardized Residual</i>	Kesimpulan
N	53	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,992	Data berdistribusi normal

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *asymp. sig.* sebesar 0,992. Dikarenakan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau ($0,992 > 0,05$), maka H_0 diterima; yang berarti data terdistribusi secara normal. Dengan demikian uji normalitas ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Berikut adalah hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Ket.
<i>Tangibility</i>	0,465	2,153	Bebas multikolinieritas
<i>Empaty</i>	0,427	2,342	Bebas multikolinieritas
<i>Reliability</i>	0,295	3,393	Bebas multikolinieritas
<i>Responsiveness</i>	0,682	1,467	Bebas multikolinieritas
<i>Assurance</i>	0,563	1,777	Bebas multikolinieritas

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 . Dapat disimpulkan bahwa hasil uji ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas atau bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil uji *Glejser* disajikan pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig.</i>	Kesimpulan
<i>Tangibility</i>	0.699	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Empaty</i>	0.107	Bebas Heteroskedastisitas

<i>Reliability</i>	0.767	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Responsiveness</i>	0.619	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Assurance</i>	0.299	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pada kualitas pelayanan memiliki nilai diatas 0,05 yang artinya tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Analisis regresi Berganda

Hasil uji reggresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi (β)	Std. Error	T	Sig.	Keterangan
<i>Tangibility</i>	0,218	0,073	2,969	0,005	Signifikan
<i>Empaty</i>	0,295	0,080	3,674	0,001	Signifikan
<i>Reliability</i>	0,283	0,103	2,743	0,009	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0,188	0,066	2,828	0,007	Signifikan
<i>Assurance</i>	0,325	0,118	2,765	0,008	Signifikan
Konstanta = 0,070					
$R^2 = 0,887$					
F = 64,005					
Sig. F = 0,000					
Variabel Dependen =Kepuasan pengunjung					

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,218 X1 + 0,295X2 + 0,283X3 + 0,188X4 + 0,325 X5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pengunjung

X1 = *tangibles*

X2 = *empathy*

X3 = *reability*

X4 = *responsiveness*

X5 = *assurance*

a. Koefisien Regresi variabel *tangibles* (X1)

Hasil koefisien regresi variabel *tangibles* terhadap Kepuasan pengunjung sebesar 0,218 dan bernilai positif, artinya bila variabel *tangibles* yang digunakan semakin baik maka Kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

b. Koefisien Regresi Variabel *empathy* (X2)

Koefisien regresi variabel *empathy* terhadap Kepuasan pengunjung diperoleh sebesar 0,295 dan bernilai positif, artinya bila variabel *empathy*, semakin baik maka Kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

c. *Reliability* (X3)

Koefisien regresi variabel *reliability* terhadap Kepuasan pengunjung diperoleh sebesar 0,188 dan bernilai positif, artinya bila variabel *reliability*, yang digunakan semakin baik maka Kepuasan pengunjung akan meningkat.

d. Koefisien regresi *Responsiveness* (X4)

Koefisien regresi variabel *responsiveness* terhadap Kepuasan pengunjung diperoleh sebesar 0,283 dan bernilai positif, artinya bila variabel *responsiveness* yang digunakan semakin baik maka Kepuasan pengunjung akan meningkat.

e. *Assurance* (X5)

Koefisien regresi variabel *assurance* terhadap Kepuasan pengunjung diperoleh sebesar 0,325 dan bernilai positif, artinya bila variabel *assurance*, yang digunakan semakin baik maka Kepuasan pengunjung akan meningkat.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu yaitu Kualitas pelayanan, terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan pengunjung. Hasil pengujian uji t dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji t

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t hitung	t tabel	Nilai Sig.	Keterangan
<i>Tangibility</i>	0,227	2,969	1,675	0,005	Signifikan
<i>Empaty</i>	0,293	3,674	1,675	0,001	Signifikan
<i>Reliability</i>	0,264	2,743	1,675	0,009	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0,179	2,828	1,675	0,007	Signifikan
<i>Assurance</i>	0,192	2,765	1,675	0,008	Signifikan

Sumber: data diolah 2021

a. Variabel *tangibles* Terhadap Kepuasan pengunjung (X1Y).

Variabel *tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,969 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 \leq 0,05$), artinya bahwa variabel *tangibles* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Variabel *empathy* Terhadap Kepuasan pengunjung (X2Y).

Variabel *empathy* mempunyai nilai t hitung sebesar 3,674 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 \leq 0,05$), artinya bahwa variabel *empathy*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Variabel *reability* Terhadap Kepuasan pengunjung (X3Y).

Variabel *tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,743 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 \leq 0,05$), artinya bahwa variabel *tangibles*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Variabel *responsiveness* Terhadap Kepuasan pengunjung (X4Y).

Variabel *responsiveness* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,828 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,007 \leq 0,05$), artinya bahwa variabel *responsiveness*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

e. Variabel *assurance* Terhadap Kepuasan pengunjung (X_5Y).

Variabel *assurance* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,765 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,008 \leq 0,05$), artinya bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan (*tangibles, empathy, reability, responsiveness, assurance*) secara *simultan* atau bersama-sama terhadap Kepuasan pengunjung. Untuk mengetahui hasil analisis uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	56,890	5	11,378	64,005	.000 ^b
Residual	8,355	47	0,178		
Total	65,245	52			

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh f hitung sebesar 64,005 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), yang artinya H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Dengan demikian, ada pengaruh kualitas pelayanan secara *simultan* terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeborg Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

d. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeborg Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tabel koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.934	0,872	0,858	0,42163

Sumber: data diolah 2021

Nilai *Adjusted R Square* dari model regresi diperoleh sebesar 0.858, apabila nilai *Adjusted R Square* X 100% maka hasilnya adalah nilai koefisien determinasi. Dengan demikian $0,858 \times 100 \% = 85,8 \%$, artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 85,8 % terhadap kepuasan pengunjung, sisanya sebesar 14,2 % merupakan variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dan persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kepuasan pengunjung/pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai, kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan Kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat signifikansi hitung mempunyai nilai yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), yang artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang umum diketahui adalah *Reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles*. *Tangibles* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana yang ada di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian diketahui variabel *tangibles*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Hasil tersebut menunjukkan jika bukti kualitas pelayanan pengelola Museum Benteng Vredeburg yang diberikan selama ini memberikan efek baik terhadap Kepuasan pengunjung benteng vredeburg. Dengan diberikannya fasilitas yang baik, nyaman dan juga aman akan memberikan rasa senang bagi pelanggan, ditambah lagi pelayanan dan kualitas pegawai yang baik maka akan menimbulkan rasa senang bagi pengunjung, rasa nyaman, rasa puas tercipta. Dengan demikian dapat diartikan bahwa bukti fisik ini berpengaruh baik terhadap Kepuasan pengunjung vredeburg.

Empathy merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati ini berkaitan dengan perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Hasil penelitian diperoleh variabel *empathy*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Pelayanan dalam hal kemudahan juga perlu diperhatikan artinya bahwa kemudahan ini berkaitan dengan komunikasi pelanggan terhadap pegawai, kemudahan dalam mendapatkan fasilitas, menggunakan fasilitas, dan juga kemudahan mendapatkan pelayanan, dengan demikian kemudahan yang diberikan ini juga akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Reliability merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui variabel *tangibles*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Kemampuan memberikan pelayanan ini dilakukan dengan cara memberikan pelayanan dengan ramah.

Responsiveness merupakan sikap tanggap pegawai/petugas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan jika variabel *responsiveness*, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Layanan yang cepat tersebut ditunjukkan dengan kemampuan pegawai dalam menyajikan layanan, datang dengan cepat, dan tanggap jika dibutuhkan oleh pelanggan, dengan hal tersebut maka dapat membuat pelanggan menjadi puas, sehingga dengan demikian daya tanggap pegawai dapat berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung.

Assurance mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Upaya perlindungan yang disajikan Museum Benteng Vredenburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk pengunjung terhadap resiko yang ditimbulkan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh variabel *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung. Petugas merupakan tokoh pelayanan yang paling utama, seseorang akan menilai kepuasan pasti berdasarkan pada pelayanan dari petugas yang ada, seorang pegawai akan dianggap baik jika mampu memberikan pelayanan dengan sopan, baik, lembut dan juga menyenangkan. Ditambah lagi pegawai mempunyai kemampuan dan pengetahuan yang baik. Tentu saja hal tersebut akan membuat puas pengunjung dalam mendapatkan informasi dengan baik, semakin baik jaminan yang diberikan maka tingkat Kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan berdasarkan hasil data pada penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Variabel *tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,969 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 \leq 0,05$), disimpulkan *tangibles* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung terbukti.
2. Variabel *empathy* mempunyai nilai t hitung sebesar 3,674 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,001 \leq 0,05$), disimpulkan variabel *empathy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung terbukti.
3. Variabel *tangibles* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,743 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,009 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *tangibles* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung terbukti.
4. Variabel *responsiveness* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,828 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,007 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung terbukti.
5. Variabel *assurance* mempunyai nilai t hitung sebesar 2,765 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,008 \leq 0,05$), disimpulkan bahwa variabel *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung terbukti.

6. Hasil perhitungan uji f diperoleh f hitung sebesar 64,005 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), disimpulkan ada pengaruh kualitas pelayanan secara *simultan* terhadap kepuasan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saran

Berikut saran yang perlu disampaikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas :

1. Saran bagi pihak Museum Benteng Vredeburg diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya dan menjaga agar pelayanan yang diberikan selalu baik, untuk meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk lebih dapat mengembangkan penelitian ini dengan melibatkan variabel bebas yang lainnya (independen) yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, sehingga variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dapat teridentifikasi secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT.
- Heni Rohaeni, N. M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Ecodemica.
- Inka Janita Sembiring, S. A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Administrasi Bisnis (JAB).
- Kotler, Philip, & Amstong, Gary. (2000:440). Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Penhallindo.
- Kotler, Philip. (2000:52). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. PT Indeks: Jakarta.
- Lovelock, Wyckof. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Malik Ibrahim, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan P Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT.
- Ni Made Arie Sulistyawati, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. E-Jurnal Manajemen Unud.
- Parasuraman 2006. The Behaviorial Consequenses of Service Quality. Journal of Marketing.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung.

- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wardiyanta, Drs. M.Hum. 2006. Metode Penelitian Pariwisata. CV. Andi. Offset. Yogyakarta.