

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Museum Nasional Indonesia

Maritza Fadhila Affianti¹, Samuel SST.Par., MM.Par²

S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Jl. KH. R. Abdullah Bin Nuh No. 16A, RT.01/RW.04, Curugmekar, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Indonesia
stpogorsamuel@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality on tourists' revisit intention at the National Museum of Indonesia. The study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 100 respondents who had visited the National Museum of Indonesia and were selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination with IBM SPSS Statistics 26. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on revisit intention. This is evidenced by a significance value of 0.000 (<0.05) and a regression coefficient of 0.400, indicating that an improvement in service quality increases visitors' intention to revisit. The coefficient of determination (R^2) of 0.304 shows that service quality explains 30.4% of the variance in revisit intention, while the remaining 69.6% is influenced by other factors not examined in this study. Therefore, improving service quality is essential to enhance visitors' intention to revisit the National Museum of Indonesia.

Keywords: National Museum of Indonesia, Revisit Intention, Service Quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Museum Nasional Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan pengunjung Museum Nasional Indonesia dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,400, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan minat berkunjung kembali. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,304 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 30,4% terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan 69,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu terus dilakukan untuk meningkatkan minat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Museum Nasional Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung Kembali, Museum Nasional Indonesia.

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk pariwisata yang terus

Maritza Fadhila Affianti, dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Museum Nasional Indonesia, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, JUMANAGE Volume 5 Nomor 2 Juli 2026

690

Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)

Disebarluaskan dengan lisensi *Creative Commons Attribution 4.0 International License*

<https://doi.org/10.33998/jumanage.2026.5.2.2933>

berkembang adalah wisata budaya, termasuk museum sebagai destinasi yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat penyimpanan benda bersejarah, tetapi juga sebagai sarana edukasi, penelitian, dan rekreasi. Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata edukatif, museum dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar pengunjung memperoleh pengalaman yang positif selama berkunjung.

Museum Nasional Indonesia merupakan salah satu museum terbesar di Indonesia yang menyimpan berbagai koleksi sejarah, arkeologi, etnografi, dan kebudayaan nusantara. Setelah proses revitalisasi pascakebakaran pada tahun 2023, Museum Nasional Indonesia menghadirkan berbagai pembaruan fasilitas serta ruang pameran yang lebih modern untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Meskipun demikian, dalam masa penyesuaian operasional masih ditemukan beberapa kendala, seperti sistem reservasi yang belum optimal, antrean masuk pada waktu tertentu, keterbatasan informasi bagi pengunjung, serta belum meratanya kualitas pelayanan yang diterima wisatawan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi pengalaman berkunjung dan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas pengunjung. Kualitas pelayanan yang baik ditunjukkan melalui bukti fisik (tangibles), empati (empathy), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), dan jaminan (assurance). Pelayanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan wisatawan akan menciptakan pengalaman positif sehingga mendorong munculnya keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi wisata di masa mendatang.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian Jati Noegroho (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 49% terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian Riadi, Permadi, dan Retnowati (2023) juga membuktikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan serupa disampaikan oleh Ikhsan dan Kartika (2025) pada Museum Polri yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Selain itu, penelitian Atallarick dkk. (2021) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang, dengan dimensi bukti fisik menjadi faktor yang paling dominan. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan penting dalam membangun loyalitas pengunjung pada destinasi wisata.

Meskipun demikian, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada Museum Nasional Indonesia masih relative terbatas, khususnya setelah adanya revitalisasi museum dan perubahan sistem pelayanan kepada pengunjung. Perubahan fasilitas dan pola pelayanan tersebut memungkinkan munculnya persepsi baru dari wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga diperlukan kajian empiris untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan mampu memengaruhi minat pengunjung untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Museum Nasional Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola museum dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pengunjung, sekaligus memperkaya kajian ilmiah di bidang manajemen pariwisata, khususnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali pada destinasi wisata budaya.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Museum Nasional Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Museum Nasional Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan Teknik purposive sampling, dengan kriteria responden berusia 18 tahun dan pernah berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan Tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert lima point kepada pengunjung museum. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti laporan Museum Nasional Indonesia, buku, jurnal ilmiah, serta

literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi.

Variable independent dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance. Variable dependen adalah minat berkunjung Kembali, yang diukur melalui empat dimensi, yaitu willingness to revisit again, willingness to invite, willingness to tell positive stories, dan willingness to prioritize visiting destination. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Tahapan analisis meliputi uji instrument yang terdiri atas uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Nasional Indonesia.

3. Hasil dan Analisis

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengunjung Museum Nasional Indonesia. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan (53%), sedangkan laki-laki sebanyak (47%), berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 17-25 tahun (97%), yang menunjukkan bahwa Museum Nasional Indonesia menjadikan salah satu destinasi wisata edukatif yang banyak diminati oleh generasi muda. Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa (50) dan karyawan swasta (41%). Selain itu, Sebagian besar responden berasal dari wilayah jabodetabek (93%), sedangkan (7%) berasal dari luar jabodetabek. Hasil tersebut menunjukkan bahwa museum masih menjadi destinasi yang banyak dikunjungi Masyarakat sekitar Jakarta sebagai sarana edukasi, rekreasi, dan pelestarian budaya.

3.1 Deskripsi Variabel

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh penilaian yang baik dengan nilai rata-rata setiap indikator berada pada rentan 3,93-4,31.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Item	Skor Jawaban										MEAN	
	1		2		3		4		5			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Tangibles												
KP1	0	0.0	0	0.0	30	30.0	47	47.0	23	23.0	3,93	
KP2	0	0.0	0	0.0	13	13.0	55	55.0	32	32.0	4,19	
Empathy												
KP3	0	0.0	0	0.0	16	16.0	43	43.0	41	41.0	4,25	
KP4	0	0.0	0	0.0	24	24.0	40	40.0	36	36.0	4,12	
Reliability												
KP5	0	0.0	0	0.0	14	14.0	58	58.0	28	28.0	4,14	
KP6	0	0.0	0	0.0	11	11.0	47	47.0	42	42.0	4,31	
Responsiveness												
s												

Maritza Fadhila Affianti, dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Museum Nasional Indonesia, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, JUMANAGE Volume 5 Nomor 2 Juli 2026 692

KP7	0	0.0	0	0.0	25	25.0	47	47.0	28	28.0	4,03
KP8	0	0.0	0	0.0	12	12.0	50	50.0	38	38.0	4,26
KP9	0	0.0	0	0.0	21	21.0	46	46.0	33	33.0	4,12
Assurance											
KP10	0	0.0	0	0.0	19	19.0	52	52.0	29	29.0	4,10
KP11	0	0.0	1	1.0	15	15.0	43	43.0	41	41.0	4,24

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai tertinggi terdapat pada indikator ketepatan petugas dalam memberikan pelayanan (mean = 4,31), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator penampilan petugas (mean = 3,93). temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai pelayanan yang diberikan Museum Nasional Indonesia telah memenuhi harapan, meskipun aspek penampilan petugas masih perlu ditingkatkan. Pada variabel minat berkunjung kembali, seluruh indikator memperoleh nilai rata-rata antara 3,95-4,21.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keinginan Kembali Berkunjung

Item	Skor Jawaban										MEAN	
	1		2		3		4		5			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<i>Willingness to Revisit Again</i>												
MBK1	0	0.0	0	0.0	28	28.0	39	39.0	33	33.0	4.05	
MBK2	0	0.0	1	1.0	24	24.0	47	47.0	28	28.0	4.02	
MBK3	0	0.0	0	0.0	15	15.0	49	49.0	36	36.0	4.21	
<i>Willingness to Invite</i>												
MBK4	0	0.0	0	0.0	18	18.0	45	45.0	37	37.0	4.19	
<i>Willingness to Tell Positive Stories</i>												
MBK5	0.0	0.0	1	1.0	14	14.0	48	48.0	37	37.0	4.21	
<i>Willingness to Prioritize Visiting Destination</i>												
MBK6	0	0.0	1	1.0	31	31.0	40	40.0	28	28.0	3.95	
MBK7	0	0.0	1	1.0	28	28.0	34	34.0	37	37.0	4.07	

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai tertinggi terdapat pada indikator keinginan kembali berkunjung ketika memiliki kesempatan dan kesediaan menceritakan pengalaman positif kepada orang lain (mean = 4,21). sebaliknya, indikator menjadikan Museum Nasional Indonesia sebagai destinasi utama memperoleh nilai rata-

rata terendah (mean = 3,95). secara umum, hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki minat yang tinggi untuk kembali mengunjungi Museum Nasional Indonesia pada masa mendatang.

3.2 Uji Instrumen

3.2.1 Uji Validitas

Seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan maupun minat berkunjung kembali dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r table (0,197).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Indikator Pernyataan	N	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Tangibles	Saya merasa penampilan petugas di Museum Nasional Indonesia rapih dah bersih saat melayani pengunjung.	100	0,631	0,197	Valid
2		saya melihat fasilitas yang tersedia di Museum Nasional Indonesia sudah memadai untuk mendukung kenyamanan pengunjung.	100	0,631	0,197	Valid
3	Empathy	Saya merasa petugas di Museum Nasional Indonesia memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai pengunjung.	100	0,451	0,197	Valid
4		Saya merasa petugas di Museum Nasinal Indonesia menjelaskan dengan jelas dan mudah dipahami,	100	0,632	0,197	Valid
5	Reliability	Saya merasa pelayanan yang saya terima di Museum Nasional Indonesia sesuai dengan harapan yang dijanjikan oleh pihak Museum.	100	0,562	0,197	Valid

6		Saya merasakan pelayanan yang diberikan petugas di Museum Nasional Indonesia dilakukan dengan tepat sesuai prosedur yang ada.	100	0,477	0,197	Valid
7	Responsiveness	Saya merasakan petugas di Museum Nasional Indonesia melayani pengunjung dengan cepat.	100	0,592	0,197	Valid
8		Saya merasa petugas di Museum Nasional Indonesia menunjukkan kesediaan untuk membantu pengunjung dengan ramah	100	0,676	0,197	Valid
9		Saya merasa keluhan yang saya sampaikan kepada petugas di Museum Nasional Indonesia ditangani dengan baik	100	0,514	0,197	Valid
10	Assurance	Saya menilai petugas di Museum Nasional Indonesia mampu menjelaskan informasi mengenai layanan Museum dengan jelas.	100	0,642	0,197	Valid
11		Saya merasa keamanan di Museum Nasional Indonesia terjaga dengan baik selama melakukan kunjungan.	100	0,614	0,197	Valid

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel dapat dilihat, nilai r hitung pada variable kualitas pelayanan berada pada kisaran 0,451-0,676. Sedangkan pada variabel minat berkunjung kembali berada pada kisaran 0,530-0,690. dengan demikian, seluruh butir pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berikut tabel variabel minat berkunjung kembali (X):

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Berkunjung Kembali

No	Dimensi	Indikator Pernyataan	N	r hitung	r tabel	Keterangan
1	<i>Willingness to Revisit Again</i>	Saya berniat untuk kembali mengunjungi Museum Nasional Indonesia dimasa yang akan datang.	100	0,567	0,197	Valid
2		Saya memiliki rencana untuk berkunjung kembali ke Museum Nasional Indonesia diwaktu mendatang.	100	0,690	0,197	Valid
3		Saya bersedia mengunjungi kembali Museum Nasional Indonesia jika memiliki kesempatan.	100	0,530	0,197	Valid
4	<i>Willingness to Invite</i>	Saya bersedia merekomendasikan Museum Nasional Indonesia kepada teman atau keluarga.	100	0,558	0,197	Valid
5	<i>Willingness to Tell Positive Stories</i>	Saya bersedia berbagi pengalaman baik yang saya rasakan selama berkunjung ke Museum Nasional Indonesia.	100	0,656	0,197	Valid
6	<i>Willingness to Prioritize Visiting Destination</i>	Saya menjadikan Museum Nasional Indonesia sebagai salah satu pilihan utama untuk saya kunjungi kembali.	100	0,648	0,197	Valid
7		Saya memprioritaskan Museum Nasional Indonesia sebagai destinasi wisata yang ingin saya kunjungi Kembali.	100	0,659	0,197	Valid

Sumber : Olahan peneliti, 2026

3.2.2 Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,806 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,727 untuk variabel minat berkunjung kembali.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (x)	11	0,806	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	7	0,727	Reliabel

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat kedua nilai tersebut melebihi batas minimum 0,60 sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur masing-masing variabel penelitian.

3.3 Uji Asumsi Klasik**3.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas menggunakan metode One-sample Kolmogorov-Smirnov Test sebagai berikut:

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72011270
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.070
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa data menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (.05), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

3.3.2 Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan dengan melihat nilai *Sig. Deviation from Linearity* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *Sig. Deviation from Linearity* > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara

Maritza Fadhila Affianti, dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Museum Nasional Indonesia, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, JUMANAGE Volume 5 Nomor 2 Juli 2026 697

- variabel kualitas pelayanan dengan minat berkunjung kembali.
- b) Jika nilai *Sig. Deviation from Linearity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas pelayanan dengan minat berkunjung kembali.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Combined)</i>	847.141	14	60.510	4.441	.000
<i>Linearity Deviation from Linearity</i>	610.373	1	610.373	44.793	.000
	236.768	13	18.213	1.337	.208

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai uji linearitas menunjukkan nilai *Sig. Deviation From Linearity* sebesar 0,208 (<0,05), yang mengindikasikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali bersifat linear. Dengan demikian, data telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan uji hipotesis.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berkunjung Kembali (Y) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Sig.* < 0,05 maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung Kembali.
- b) Jika nilai *Sig.* > 0,05 maka variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung Kembali.

Dari tabel 8 dapat dilihat nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) dengan nilai t hitung sebesar 6,548. hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Oleh karena itu, hipotesis penelitian (H1) diterima, sedangkan hipotesis (H0) ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji T

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Constant)</i>	10.434	2.803		3.723	.000
Kualitas Pelayanan	.400	.061	.552	6.548	.000

Sumber : Olahan peneliti, 2026

3.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,304 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 30,4% variasi minat berkunjung kembali pengunjung.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
.552 ^a	.304	.297	2.734

Sumber : Olahan peneliti, 2026

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai sebesar 69,6% di pengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti kepuasan wisatawan, kualitas fasilitas, pengalaman wisata, harga, citra destinasi, maupun faktor eksternal lainnya.

4. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Museum Nasional Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan melalui aspek bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan mampu menciptakan pengalaman yang positif bagi pengunjung sehingga mendorong keinginan mereka untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan analisis deskriptif, dimensi reliability memperoleh penilaian tertinggi, khususnya pada indikator ketepatan petugas dalam memberikan pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan petugas memberikan pelayanan secara tepat sesuai prosedur menjadikan aspek yang paling diapresiasi oleh pengunjung. Sebaliknya, dimensi tangibles, khususnya penampilan petugas, memperoleh nilai rata-rata terendah sehingga masih perlu menjadi perhatian pengelola museum sebagai bagian dari Upaya peningkatan kualitas pelayanan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Jati Noegroho (2025), Riadi, Permadi, dan Retnowati (2023), serta Ikhsan dan Kartika (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Persamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk loyalitas pengunjung pada berbagai destinasi wisata, termasuk museum.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi sebesar 30,4% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali. Masih terdapat 69,6% faktor lain yang berkontribusi, seperti kualitas fasilitas, kepuasan pengunjung, pengalaman wisata, inovasi layanan digital, daya tarik koleksi museum, serta kemudahan akses menuju destinasi. Oleh karena itu, pengelola Museum Nasional Indonesia perlu mengembangkan strategi yang lebih komprehensif agar minat berkunjung kembali dapat terus meningkat.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui peningkatan kompetensi petugas, penyediaan informasi yang lebih jelas, optimalisasi sistem reservasi, peningkatan kenyamanan fasilitas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan pengunjung. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pengunjung sekaligus memperkuat loyalitas mereka untuk kembali mengunjungi Museum Nasional Indonesia.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengunjung Museum Nasional Indonesia, maka diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variable kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y) dengan nilai signifikansi (p -value) sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian (H_1)

diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional Indonesia, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

- 2) Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 10,434 + 0,400C$, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,400 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- 3) Hasil analisis koefisien determinasi (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,304 atau 30,4%, yang berarti kualitas pelayanan mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat berkunjung kembali sebesar 30,4%. Sementara itu, 69,6% sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kepuasan wisatawan, kualitas fasilitas, pengalaman berkunjung, citra destinasi, maupun factor lainnya.

6. Daftar Rujukan

- Ambrose, T., & Paine, C. (2018). *Museum Basics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315232898>
- Azizah, N. , & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. . *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643.
- Dagna Arkan Ikhsan, & Dewi Gita Kartika. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA MUSEUM POLRI. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* , 4, 1–10.
- Dewi, R. S., Widodo, P., & Budiarti, L. N. (2016). Pengaruh Unsur Alam terhadap Minat Berkunjung Kembali di Mal. *Journal of Visual Art and Design*, 8(2), 94. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2016.8.2.2>
- Dunakhri, S. (2019). Uji Reliabilitas dan Normalitas Instrumen Kajian Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar*, 249–252.
- Fatimah, G. N. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI KLINIK PRATAMA MENTARI. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS* , 7(2), 1–8.
- Fauzi, A., & Sumirat, A. (2023). Evaluation of Indonesian Tourism Marketing towards Quality Tourism. *International Journal of Magistravita Management (IJOMM)*, 1(2), 1–13.
- Fauzi, R., Zainy, A., Nasution, H. N., Hastini, F., & Simanjuntak, F. A. (2023). PERANCANGAN APLIKASI PARIWISATA BERBASIS ANDROID DI KOTA PADANG SIDEMPUN. *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, 11(1), 437–442. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.2687>
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*.
- Pearson. Linda Wulan Sari, Usep Suhud, & Ika Febrilia. (2024). Analysis of Factors That Influence The Intention to Revisit The Ciwidey Strawberry Picking Tourist Attraction. *International Journal of Current Economics & Business Ventures* , 4(1), 165–176.
- M. Daffa Atallarick, Markoni Badri, & Yusleli Herawati. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Komunikasi, dan Pameran terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Museum. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 1–10.