

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery*

Alya Rahmita

Politeknik Negeri Medan

Vivianti Novita

Politeknik Negeri Medan

Harris Pinagaran Nasution

Politeknik Negeri Medan

Abstract. *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery which is the first wildlife museum in Southeast Asia and even in the world, precisely on Jalan S.Parman. Service quality is an effort to fulfill the needs and desires of consumers and the accuracy of their delivery in balancing consumer desires. Price is the amount of money charged for a product, or the amount of value that customers exchange for the benefits of owning or using it. This study analyzes the effect of service quality and price on visitor satisfaction at Rahmat International Wildlife Museum and Gallery. Data from 100 respondents were analyzed using multiple linear regression methods. The results showed that service quality has a positive and significant effect on visitor satisfaction ($t_{count} = 4.366, p < 0.05$). Price also has a positive and significant effect on visitor satisfaction ($t_{count} = 4.188, p < 0.05$). Together, service quality and price have a positive and significant effect on visitor satisfaction ($F_{count} = 49.967, p < 0.05$). The results of this study provide important insights for museum managers to increase visitor satisfaction with good service quality and competitive prices, attract more visitors, and ensure repeat visits in the future. Service quality and price have an important role in determining visitor satisfaction in this museum.*

Keywords: *Service Quality, Price, Visitor Satisfaction.*

Abstrak. *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery yang merupakan museum satwa liar pertama di Asia Tenggara bahkan di dunia tepatnya di Jalan S.Parman. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi keinginan konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk, atau sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakannya. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Rahmat International Wildlife Museum and Gallery. Data dari 100 responden dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($t_{hitung} = 4,366, p < 0,05$). Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($t_{hitung} = 4,188, p < 0,05$). Secara bersama-sama, kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($F_{hitung} = 49,967, p < 0,05$). Hasil penelitian ini memberikan pandangan penting bagi pengelola museum untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif, menarik lebih banyak pengunjung, dan memastikan kunjungan berulang di masa mendatang. Kualitas pelayanan dan harga memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pengunjung di museum ini.*

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pengunjung.*

LATAR BELAKANG

Museum adalah salah satu objek wisata yang menjadi tempat untuk menyimpan benda-benda bersejarah yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembelajaran dan pariwisata. Museum merupakan lembaga nirlaba dan permanen yang melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, untuk melestarikan, mengkonservasi, meneliti, mengkomunikasikan, dan memamerkan warisan manusia dan lingkungannya baik yang berwujud maupun tidak berwujud kepada masyarakat untuk tujuan pendidikan, penelitian dan kesenangan (International Council of Museums, 2017).

Salah satu museum yang menjadi objek wisata yang seru dan asyik untuk dikunjungi di kota Medan adalah Rahmat International Wildlife Museum and Gallery yang merupakan museum satwa liar pertama di Asia Tenggara bahkan di dunia tepatnya di Jalan S.Parman. Terdapat 5.600 specimen koleksi satwa dari berbagai belahan penjuru dunia bisa ditemui di museum dan gallery ini. Mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar, seperti berbagai jenis burung, hewan mamalia, hewan khas Indonesia, hewan khas afrika, kambing gunung, komodo dan berbagai jenis satwa lain terdapat di gallery itu. Semua koleksi ditata dengan sangat artistik dan elegan sesuai dengan habitat mereka di dalam ruangan-ruangan. Rahmat International Wildlife Museum and Gallery juga dilengkapi dengan perpustakaan, souvenir shop, hunters cafe dengan audio visual tentang perburuan konservasi, studio photo dengan fotografer profesional dan multi function room (www.rahmatgallery.com)

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen, terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pengunjung serta keinginan untuk melakukan kunjungan kembali (*re-visiting*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan dan jumlah pengunjung. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Kualitas yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pengunjung dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan museum dan para pengunjungnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk kunjungan ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan perusahaan (Sudarma, 2012). Reputasi museum menjadi baik di mata pengunjung, dan

keuntungan yang diperoleh dapat meningkat. Kepuasan pengunjung dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis, dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap, dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda satu sama lainnya.

Untuk dapat mewujudkan kepuasan konsumen Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* telah menerapkan berbagai strategi, yaitu dengan mengutamakan keramah-tamahan dan kesigapan petugas dalam melayani pengunjung. Selain itu Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* juga telah menjaga kualitas dari produknya dengan cara merawat hewan-hewan hasil pengawetan serta penataan layout yang nyaman untuk dilihat bagi pengunjung. Berbagai usaha pengembangan ruang pameran dan penyediaan lahan parkir yang luas bagi para pengunjung juga telah dilakukan oleh Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery*.

Kepuasan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan mampu menjadi nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya (Priyanto dan Mahfud, 2019). Banyak faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan wisatawan ketika mengunjungi suatu destinasi wisata, salah satunya pada pelayanan yang diberikan. Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Rahmat *Wildlife Museum & Gallery*”.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi keinginan konsumen (Tjiptono, 2019:240). Kualitas pelayanan menjadi sesuatu hal penting untuk dilakukan perusahaan supaya bisa bertahan dan mampu mendapat kepercayaan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2019:248).

Harga

Harga merupakan isu strategi yang penting karena terkait dengan positioning produk. Harga mempengaruhi unsur-unsur bauran pemasaran lain seperti fitur produk, keputusan saluran, dan promosi (Warnadi, 2019:110). Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan

untuk suatu produk, atau sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakannya. Satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan adalah harga, semua elemen lainnya adalah biaya (Kotler dan Amstrong, 2019:68).

Kepuasan Pengunjung

Menurut (Kotler, 2018:113), konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi Menurut (Kotler, 2019:45), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya Menurut (Oliver, 2017:27), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasukannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa.

METODE PENELITIAN

Alur penelitian merupakan strategi mengatur penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Rahmat *International Wildlife Museum And Gallery*. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan membaca literatur yang sesuai dengan permasalahan dan studi lapangan dengan menyebarkan angket ke responden. Uji kualitas data (Uji Validitas dan Reliabilitas) akan dilakukan terlebih dahulu kepada 30 orang responden untuk memastikan bahwa angket yang akan digunakan valid dan reliabel, setelah benar-benar valid dan reliabel, maka angket akan disebarkan ke responden. Semua data diperoleh selanjutnya akan dilakukan pengolahan data untuk menguji hipotesis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Rahmat International Wildlife and Gallery. Penelitian ini memperoleh hasil setelah melakukan uji analisis data yang bersumber dari kuesioner sebanyak 100 responden dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Berikut adalah pembahasan dari hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,366 > 1,984$ dan nilai signifikansi $<$ dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 , diterima, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung. Kualitas Pelayanan sering digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan Kepuasan Pengunjung. Persepsi kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan konsumen akan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan minat berkunjung dan bahkan meningkatkan kepuasan dan probabilitas kunjungan kembali pengunjung terhadap museum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji t), dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,188 > 1,984$ dan nilai signifikansi $<$ dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan sebagai alat penukar berbagai kombinasi produk dan jasa antara produsen dan konsumennya. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian pelanggan dalam bertransaksi. Setiap pemasar harus memahami apa yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menjawab kebutuhan konsumen tersebut dengan menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga dapat menarik minat konsumen sehingga akhirnya melakukan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Simultan (Uji F), dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $49,967 > 3,09$ dan nilai signifikansi $<$ $0,05$ yaitu $0,000 <$ $0,05$.

Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian pada *Rahmat International Wildlife Museum and Gallery*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Simultan (Uji F), dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $49,967 > 3,09$ dan nilai signifikansi $<$ $0,05$ yaitu $0,000 <$ $0,05$.

Dengan adanya indikator dalam pengambilan keputusan Pembelian, yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Maka kualitas pelayanan dan harga merupakan bagian dari faktor yang berpengaruh dalam diri seseorang dalam menentukan kepuasan berkunjung. Apabila sebuah museum memiliki kualitas pelayanan yang baik maka orang-orang akan tertarik dalam berkunjung ke museum tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Rahmat International Wildlife Gallery.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Rahmat International Wildlife and Gallery.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77-85.
<https://forum.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/view/681> Diakses Tanggal 10 Mei 2022
- Atmaja, L. S. (2018). *Who wants to be a rational investor*. Jakarta : Gramedia Dirgantara, Wara. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kaertini Jepara. *Jurnal Manajemen*. ISSN: 2252-6552. 2(1):110-117
- Kotler, P., dan Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education
- Kotler, P., dan Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Priyanto, Rahmat., & Mahfud, Intan. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan*

- Pengunjung di Monumen Nasional Jakarta. Jurnal Altasia, Vol. 1, No. 2, Tahun 2019.
- R. L., Oliver. (2017). Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer. New York: The McGraw-Hill Companies. Inc
- Ratminto. (2018). Pelayanan Prima (1st ed.). Yogyakarta: UGM Press.
- Warnadi dan Aris Triyono. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler. (2017). Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm 7th Edition. New York: McGraw-Hill Education