

**LAPORAN SURVEI KEPUASAN
LAYANAN MUSEUM NASIONAL
TAHUN 2022**



Disusun Oleh:
Dr. Kresno Yulianto, M. Hum.
Aziz Muslim, S.Ikom.
2022

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR LAMPIRAN	vi
PENDAHULUAN	1
DESAIN PENELITIAN	3
HASIL PENELITIAN.....	8
1) Hasil Validitas Variabel	8
2) Hasil Reliabilitas Variabel	10
3) Analisis Deskriptif	13
4) Analisis Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional	15
REKOMENDASI	23
HASIL PENELITIAN SURVEY IMERSIFA	27
DAFTAR PUSTAKA	31

DAFTAR GAMBAR

1. Grafik Garis Kontinum Indikator-Indikator *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) Museum Nasional..... 18
2. Grafik Garis Kontinum Dimensi-Dimensi *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) Museum Nasional..... 19

DAFTAR TABEL

1	Rentang Skala Kepuasan Responden	7
2	<i>KMO And Bartlett's</i> Variabel <i>SERVQUAL</i>	8
3	<i>Anti-Image Matrices</i> Variabel <i>SERVQUAL</i>	9
4	<i>Reliability Statistic</i> Variabel <i>SERVQUAL</i>	11
5	<i>Reliability Statistic</i> indikator Variabel <i>SERVQUAL</i>	11
6	Karakteristik reponden	13
7	Keterkaitan reponden dengan Museum Nasional	14
8	Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional	16
9	Nilai & Prosentase Kepuasan Pengunjung Pada Pelayanan Museum Nasional.....	20
10	Apakah responden mengunjungi Ruang ImersifA.....	27
11	Frekuensi responden mengunjungi Ruang ImersifA.....	28
12	Wahana ImersifA memuaskan untuk dinikmati.....	28
13	Harga tiket Wahana ImersifA dapat dijangkau.....	29
14	Pendapat Responden Tentang Ruang ImersifA	29

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. *Out – put* SPSS

PENDAHULUAN

Pariwisata berpengaruh pada pendapatan dari suatu negara, khususnya bagi pemerintah daerah di mana objek wisata tersebut berada (Harahap, 2014 dalam Hanif dkk, 2020). Menurut KBBI (2018), Salah satu objek wisata kebudayaan di Indonesia adalah Museum (Hanif dkk, 2020). Brata dkk (2018), menyatakan bahwa museum merupakan suatu gedung yang digunakan sebagai tempat pameran dari benda-benda yang patut diapresiasi dari segi peninggalan sejarah, seni, dan keilmuannya. Museum merupakan tempat yang didalamnya terdapat benda-benda warisan budaya yang dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait sejarah di masa lalu (Hanif dkk, 2020). Data Statistik Kebudayaan menurut Kemdikbud (2019), menunjukkan bahwa jumlah museum di Indonesia berjumlah 435 Museum, (Hanif dkk, 2020).

Salah satu Museum yang terkenal dan memiliki cakupan Nasional adalah Museum Nasional. Museum ini sangat di kenal di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya penduduk Jakarta. Mereka menyebutnya “Gedung Gajah” atau “Museum Gajah” karena di halaman depan museum terdapat sebuah patung gajah perunggu hadiah dari Raja Chulalongkorn (Rama V) dari Thailand yang pernah berkunjung ke museum pada tahun 1871. Kadang kala disebut juga “Gedung Arca” karena di dalam gedung memang banyak tersimpan berbagai jenis dan bentuk arca yang berasal dari berbagai periode. Terwujudnya Museum Nasional sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata yang mampu mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan peradaban dan kebanggaan terhadap

kebudayaan nasional, serta memperkokoh persatuan dan persahabatan antar bangsa (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022).

Tetapi, menurut Susetyarini & Masjhoer (2018), biasanya museum sering hanya ditempatkan pada posisi yang tidak berbeda dengan *artshop* atau *gallery*, indah tetapi kurang inovatif. Biasanya hal tersebut yang akan berpengaruh pada kepuasan pengunjung yang datang. Keramahan dan kesopanan dalam pelayanan para karyawan pun sangat diharapkan untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar tetap bertahan pada produk atau jasa yang ditawarkan. Tingkat kepuasan yang ingin di capai oleh masing-masing konsumen tentu berbeda dan beragam (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022). Tingkat kepuasan konsumen tidak hanya diukur dari kualitas produk atau jasa yang ditawarkan saja, melainkan juga pelayanan, harga, kebersihan suasana, dan sebagainya sehingga atas dasar tersebut dibuatlah penelitian ini sebagai acuan untuk mengetahui kepuasan para pengunjungnya pada layanan Museum Nasional yang nantinya menjadi salah satu bahan untuk mengevaluasi keberadaan dan kinerja para SDM Museum Nasional serta sarana dan prasarana dalam melayani para pengunjung.

DESAIN PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam riset pelayanan dan kepuasan pengunjung Museum Nasional Jakarta adalah metode penelitian survey, dengan format Deskriptif dan pendekatan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan Model konsep *SERVQUAL* (*Service Quality*). Model *SERVQUAL* telah secara luas diadopsi untuk menjelaskan persepsi tentang *service quality* (Ravichandran, 2010 dalam Hanif dkk, 2020). Ada 5 dimensi dalam model *SERVQUAL* yaitu “*Tangibles*”, “*Reliability*”, “*Responsiveness*”, “*Assurance*”, dan “*Empathy*” (Akhlaghi dkk, 2012 dalam Hanif dkk, 2020). Penelitian menggunakan Model *SERVQUAL* dengan objek museum telah dilakukan oleh Mey dan Mohammed (2010) dengan tujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan terhadap para pengunjung museum di Malaysia dengan memberikan 35 item kualitas layanan untuk mengukur tingkat kualitas layanan, sehingga diharapkan menjadi dasar pengembangan kualitas layanan museum di Malaysia. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Noor (2017) di Museum Geologi Bandung dengan metode *self administered* yaitu responden sejumlah 127 orang dengan usia 15-25 tahun diminta untuk mengisi sebuah kuisisioner yang dapat memberikan persepsi atas pelayanan kunjungan ke Museum Geologi Bandung. Dengan hasil secara keseluruhan dari kelima dimensi *SERVQUAL* yang dinilai cukup baik bagi pengunjung, pada dimensi *Responsiveness* memiliki nilai persepsi terendah, sementara dimensi *Tangible* memiliki nilai persepsi tertinggi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Rukminingsih (2017) dengan menggunakan metode *SERVQUAL* di Museum Kambang Putih

dengan teknik pengumpulan data secara langsung kepada pengunjung yaitu wawancara dan observasi dokumentasi. Sehingga dapat diukur *Service Quality* berdasarkan 5 dimensi *SERVQUAL* yaitu “*Tangibles*”, “*Reliability*”, “*Responsiveness*”, “*Assurance*”, dan “*Empathy*” dan dijadikan sebagai saran bagi pengelola museum (Hanif dkk, 2020).

Dari penjelasan di atas. Maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah tingkat kepuasan pengunjung Museum Nasional Jakarta berdasarkan 5 dimensi *SERVQUAL* yaitu *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap),, *Assurance* (jaminan), *Empathy* (kepedulian) dan *Tangibles*, (nyata)?”

Populasi pada riset ini mengacu pada data Laporan Kunjungan Museum Nasional Indonesia (2022), jumlah akumulasi pengunjung Museum Nasional Jakarta dari mulai bulan Januari 2022 s/d Oktober 2022 dengan jumlah total pengunjung sebanyak 272.251 pengunjung, sehingga peneliti menetapkan populasi sebanyak **272.251** orang.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan tabel sampel Morgan dan Krejcie yang tertera pada PERMENPAN NOMOR 14 TAHUN 2017, di mana dengan jumlah populasi >75.000 s/d 1.000.000 orang, maka sampelnya adalah 384. Maka dengan demikian sampel dalam penelitian ini sebanyak **384** orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental sampling* (sampling kebetulan) (Sugiyono, 2002). Alasan pemilihan *Accidental sampling* sebagai teknik *sampling* dalam penelitian ini

adalah, karena responden merupakan individu yang sulit ditemui dan hanya dapat ditemui pada saat mereka mendatangi Museum Nasional Jakarta. Hal lain yang menjadi alasannya juga adalah, karena geografis responden yang berbeda – beda dan juga efisiensi waktu serta biaya. Cara pelaksanaannya adalah dengan meminta para pengunjung Museum Nasional Jakarta yang ditemui pada waktu – waktu tersebut untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan dalam bentuk *google form* sampai jumlah 384 orang terpenuhi.

Data yang telah diperoleh dari kuesioner, nantinya diolah dengan menggunakan sistem komputerisasi. Adapun program yang digunakan adalah *Statistic Package for Sosial and Science (SPSS) 20.0*. Cara ini digunakan untuk menghindari kesalahan perhitungan yang disebabkan oleh *Human Error*.

Untuk uji keabsahan yang digunakan sebagai bentuk *pre-test* instrumen adalah :

1. Uji validitas menggunakan *Factor Analysis*

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa dengan metode *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*, yaitu uji statistik yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan analisis faktor terhadap variabel-variabel yang diukur.

Keputusan untuk validitas :

Jika nilai $KMO > 0,5$ dikatakan valid

Jika nilai $KMO < 0,5$ dikatakan tidak valid (Andi, 2004).

2. Uji Reliabilitas menggunakan Metode *Alpha Cronbach's*

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6, (Andi, 2004).

Untuk menganalisis data dan menginterpretasikannya maka teknik analisis data yang digunakan adalah :

1) Analisis Deskriptif menggunakan tabel frekuensi.

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, yakni menggunakan tabel frekuensi. Adapun tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui frekuensi atau prosentase jawaban responden terhadap pertanyaan – pertanyaan yang disajikan.

Rumus untuk melihat jumlah prosentasenya adalah

$$n: \frac{f \times 100\%}{n}$$

2) Analisis Mean (nilai rata-rata)

Analisis *mean* (nilai rata-rata) digunakan untuk mengetahui kecenderungan kepuasan responden, apakah berada dalam posisi puas, cukup puas atau malah dalam posisi tidak puas. Untuk mengetahuinya, maka dibuat skala penilaian bertingkat yang dinyatakan dengan nilai 1-4 yang mengacu pada PERMENPAN NOMOR 14 TAHUN 2017, nilai 1 menyatakan sangat tidak puas, 2 menyatakan tidak puas, 3 menyatakan puas, dan 4 menyatakan sangat puas. Dengan nilai interval kelas sebesar 1, maka dibuatlah tabel interval kategori yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan. Tabel dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Rentang Skala Kepuasan Responden

Interval Nilai	Kategori
0 - 1	Sangat tidak puas
1 - 2	Tidak puas
2 - 3	Puas
3 - 4	Sangat puas

3) Analisis Skala *Likert*

Analisa skala *Likert* menggunakan cara menjumlahkan skor jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan kemudian dilanjutkan dengan melihat prosentase total jawaban responden, dengan membagi total skor jawaban responden dengan skor ideal serta mengalikannya dengan / 100 ($N / \text{skor ideal} \times 100\%$, N: total skor jawaban responden). Analisis ini menjadi penting untuk mendukung nilai *mean* serta menguatkannya hasil pada nilai *mean* dengan melihat tingkat prosentasenya. Dengan demikian maka akan terlihat prosentase kepuasan responden terhadap pelayanan Museum Nasional Jakarta.

Adapun penentuan interval skor prosentase adalah $100 : 4 = 25$. Maka interval skor prosentasenya adalah

Angka = 0% - 25% : Sangat tidak puas

Angka = 26% - 50% : Tidak puas

Angka = 51% - 75% : Puas

Angka = 76% - 100% : Sangat puas

(modifikasi dari Riduwan 2002).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, di mana alat pengumpulan data yang primernya adalah kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form* dan diberikan kepada para responden – responden yang telah dipilih melalui teknik *sampling* yang telah ditentukan.

Pada tahap pertama, peneliti melakukan *pre – test* terhadap 30 responden. Hasil dari *pre – test* tersebut kemudian dianalisis dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen - instrumen dalam kuesioner. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kuesioner yang valid dan reliabel, sehingga hasil yang didapatkan juga menjadi valid, representatif dan objektif. Berikut merupakan penjabaran serta penjelasan dari uji validitas dan reliabilitas tersebut.

1) Hasil Validitas Variabel

Pada bagian pertama ini peneliti mencoba membahas, menganalisa, dan menginterpretasikan hasil dari proses analisis faktor variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan). Berikut penjelasannya:

Tabel 2
KMO And Bartlett's
SERVQUAL

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	75.232
	df	10
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *KMO* yang ditunjukkan dari variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) adalah 0,779 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat ($KMO > 0,5$ dan signifikansi $< 0,05$).

Hal ini berarti variabel tersebut dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Dan pada tabel di bawah akan digambarkan *Anti-Image Correlation* yang berfungsi untuk mereduksi indikator mana saja yang layak untuk dianalisis.

Tabel 3
Anti-Image Matrices
SERVQUAL

<i>Anti-Image Correlation</i>	
Indikator	Value
<i>Reliability (keandalan)</i>	
Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	0,866 (a)
Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	0,921 (a)
Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	0,698 (a)
Kompetensi petugas bagus	0,741 (a)
<i>Responsiveness (daya tanggap)</i>	
Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	0,843 (a)
Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	0,692 (a)
Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	0,785 (a)
Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	0,762 (a)
Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung	0,796 (a)
<i>Assurance (jaminan)</i>	
Petugas ramah kepada pengunjung	0,591 (a)
Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	0,886 (a)
Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	0,666 (a)
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	0,761 (a)
Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	0,681 (a)

<i>Emphaty (kepedulian)</i>	
Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	0,844 (a)
Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	0,663 (a)
Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	0,660 (a)
Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	0,661 (a)
<i>Tangible (nyata)</i>	
Petugas rapih dalam berpakaian	0,635 (a)
Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	0,608 (a)
Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	0,868 (a)
Toilet pengunjung bersih	0,794 (a)
Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	0,744 (a)
Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	0,717 (a)
Area parkir luas	0,847 (a)

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Dari hasil perhitungan melalui di atas, terlihat bahwa semua indikator pada variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) mempunyai nilai *MSA* lebih dari 0,5, Itu berarti keseluruhan indikator tersebut valid dan dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

Dari beberapa analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara garis besar, variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) serta indikator – indikator di dalam variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat sebagai instrumen penelitian.

2) Hasil Reliabilitas Variabel

Setelah dilakukan uji validitas dan didapatkan hasil yang valid, maka tahap selanjutnya adalah menguji tingkat reliabilitas variabel beserta indikatornya dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Yakni, nilai *a* yang didapatkan kemudian dibandingkan dengan nilai 0,6. Jika nilai $a > 0,6$, maka instrumen tersebut reliabel. Sebaliknya jika $a < 0,6$, maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 4
Reliability Statistic
Variabel *SERVQUAL*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	25

Tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* Variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) adalah 0,931. Angka tersebut > 0,5, yang berarti variabel tersebut reliabel.

Untuk mendapatkan suatu analisis mendalam mengenai uji reliabilitas ini, maka penulis juga menguji tiap – tiap butir indikator dari variabel tersebut dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Di bawah ini merupakan detailnya.

Tabel 5
Reliability Statistic indikator
Variabel *SERVQUAL*

Reliability Statistic	
Indikator	Value
Reliability (keandalan)	
Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	0.936
Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	0.933
Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	0.936
Kompetensi petugas bagus	0.935
Responsiveness (daya tanggap)	
Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	0.933
Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	0.932
Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	0.933
Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	0.932
Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung	0.931
Assurance (jaminan)	
Petugas ramah kepada pengunjung	0.930
Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	0.934

Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	0.930
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	0.938
Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	0.934
<i>Emphaty (kepedulian)</i>	
Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	0.934
Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	0.930
Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	0.938
Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	0.934
<i>Tangible (nyata)</i>	
Petugas rapih dalam berpakaian	0.936
Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	0.935
Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	0.933
Toilet pengunjung bersih	0.932
Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	0.933
Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	0.932
Area parkir luas	0.931

Dari tabel tersebut di atas, terlihat bahwa keseluruhan indikator memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,5. Itu berarti keseluruhan indikator dalam Variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) reliabel dan layak.

Dari beberapa analisis tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) serta indikator – indikator di dalam variabel tersebut memiliki validitas yang memenuhi syarat serta *reliabel* sebagai instrumen penelitian dengan judul “Survei Kepuasan Layanan Museum Nasional”

3) Analisis Deskriptif

Setelah dilakukan *pre - test* dan seluruh butir-butir instrumen sudah valid serta reliabel, maka barulah pada bagian ini, akan dipaparkan mengenai karakteristik responden dan keterkaitan responden dengan Museum Nasional. Hasil akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi disertai penjelasan di bawahnya.

Tabel 6
Karakteristik reponden

Karakteristik reponden		f = 384	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	101	26,3
	Perempuan	283	73,7
Usia	< 15 tahun	20	5,2
	15 – 25 tahun	197	51,3
	26 – 35 tahun	77	20,1
	36 – 45 tahun	66	17,2
	46 – 55 tahun	18	4,7
	> 55 tahun	6	1,6
Profesi	Pelajar	83	21,6
	Mahasiswa/I	94	24,5
	Pegawai	121	31,5
	Wiraswasta	34	8,9
	Ibu rumah tangga	52	13,5
Pendidikan terakhir	SMP	28	7,3
	SMA	176	45,8
	Diploma	33	8,6
	Sarjana	136	35,4
	Pasca Sarjana	11	2,9
Pemasukan / uang jajan perbulan	< Rp. 4.000.000,-	242	63
	Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-	89	23,2
	Rp. 8.000.001,- s/d Rp. 12.000.000,-	27	7
	Rp. 12.000.001,- s/d Rp. 16.000.000,-	6	1,6
	Rp. 16.000.001,- s/d Rp. 20.000.000,-	2	5
	> Rp. 20.000.000,-	18	4,7

Dari 384 responden ($n = 384$) dapat diketahui bahwa responden terbanyak berjenis kelamin wanita dengan prosentase sebesar 73,7%. Adapun usia responden mayoritas berusia di atas 15 – 25 tahun dengan prosentase sebesar 51,3%. Kebanyakan responden dengan prosentase 31,5% berprofesi sebagai pegawai, kemudian 21,6% pelajar dan 24,5% mahasiswa. Dilihat dari segi pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA dengan prosentase 45,8%. Adapun, jika dilihat dari segi pemasukan/uang jajan perbulan, maka kebanyakan responden sebesar 63% memiliki pemasukan/uang jajan < 4.000.000,- perbulan, kemudian 23,2% nya berkisar antara Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,- perbulan dan ada juga yang memiliki pemasukan/uang jajan > 20.000.000,- perbulan dengan prosentase sebesar 4,7%

Tabel 7
Keterkaitan Reponden Dengan Museum Nasional

Keterkaitan reponden dengan Museum Nasional		f = 384	%
Tujuan kunjungan	Hiburan	245	63,8
	Mencari data untuk penelitian	17	4,4
	Tugas perkuliahan/sekolah	122	31,8
Sumber informasi tentang Museum Nasional	Media Sosial	145	37,8
	Iklan	1	3
	Keluarga	54	14,1
	Teman	64	16,7
	Lembaga pendidikan (Sekolah, kampus, tempat kursus)	120	31,3
Frekuensi mengunjungi Museum Nasional	1 kali	141	36,7
	2 kali	69	18
	3 kali	30	7,8
	≥ 3 kali	144	37,5
Terakhir mengunjungi Museum Nasional	< 1 bulan	229	59,6
	1- 6 bulan yang lalu	67	17,4
	1- 3 tahun yang lalu	26	6,8
	> 3 tahun yang lalu	62	16,1

Tabel 7 di atas mendeskripsikan mengenai keterkaitan responden dengan Museum Nasional dan dari tabel 7 dapat diketahui bahwa responden terbanyak memiliki tujuan kunjungan untuk sekedar hiburan dengan prosentase sebesar 63,8%. Kemudian paling banyak responden mengetahui Museum Nasional dari Media Sosial dengan prosentase sebesar 37,8% dan ada juga sebanyak 37,5% mengetahuinya dari lembaga pendidikan seperti: sekolah, kampus dan tempat kursus. Dilihat dari frekuensi kunjungan, responden paling banyak yakni 37,5% sudah berkunjung ke Museum Nasional lebih dari tiga kali, namun ada juga sebanyak 36,7% baru sekali berkunjung ke Museum Nasional. Adapun jika dilihat dari waktu kunjungannya, maka mayoritas responden yakni sebanyak 59,6% belum sebulan berkunjung ke Museum Nasional dan responden terdikit yakni 6,8% berkunjung ke Museum Nasional kira-kira 1-3 tahun yang lalu.

4) Analisis Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional

Pada tahap ini akan digambarkan mengenai nilai *mean* atau skor rata-rata pendapat responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional. Nilai *mean* tersebut kemudian akan dibandingkan dengan rentang skala kepuasan responden (lihat tabel 1). Dengan demikian, maka akan terlihat tingkat kepuasan responden dengan kategori: Sangat Tidak Puas (STP), Tidak Puas (TP), Puas (P) dan Sangat Puas (SP), disertai dengan tingkat prosentase kepuasan dengan interval: 0% - 25% (Sangat tidak puas), 26% - 50% (Tidak puas), 51% - 75% (Puas) dan 76% - 100% (Sangat puas). Berikut penjelasannya.

Tabel 8
Kepuasan Responden Pada Kualitas
Pelayanan Museum Nasional

Dimensi	Indikator	Nilai mean & Kategori		Prosentase kepuasan
Reliability (keandalan)	Petugas melayani pengunjung secara komunikatif	3.47	SP	86,7%
	Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi	3.43	SP	85,7%
	Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>	3.34	SP	83,6%
	Kompetensi petugas bagus	3.43	SP	85,8%
	Total skor dimensi Reliability	3.42	SP	85,5%
Responsiveness (daya tanggap)	Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum	3.45	SP	86,2%
	Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum	3.46	SP	86,5%
	Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik	3.42	SP	86,3%
	Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi	3.43	SP	85,6%
	Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung	3.49	SP	87,2%
	Total skor dimensi Responsiveness	3.45	SP	86,4%
Assurance (jaminan)	Petugas ramah kepada pengunjung	3.58	SP	89,5%
	Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung	3.42	SP	85,5%
	Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum	3.51	SP	87,6%
	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum	3.51	SP	87,6%
	Harga tiket yang ditawarkan relatif murah	3.33	SP	83,2%
	Total skor dimensi Assurance	3.47	SP	86,7%
Emphaty (kepedulian)	Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar	3.51	SP	87,6%
	Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum	3.48	SP	87,1%
	Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung	3.51	SP	87,6%
	Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung	3.47	SP	86,8%
	Total skor dimensi Emphaty	3.49	SP	87,3%

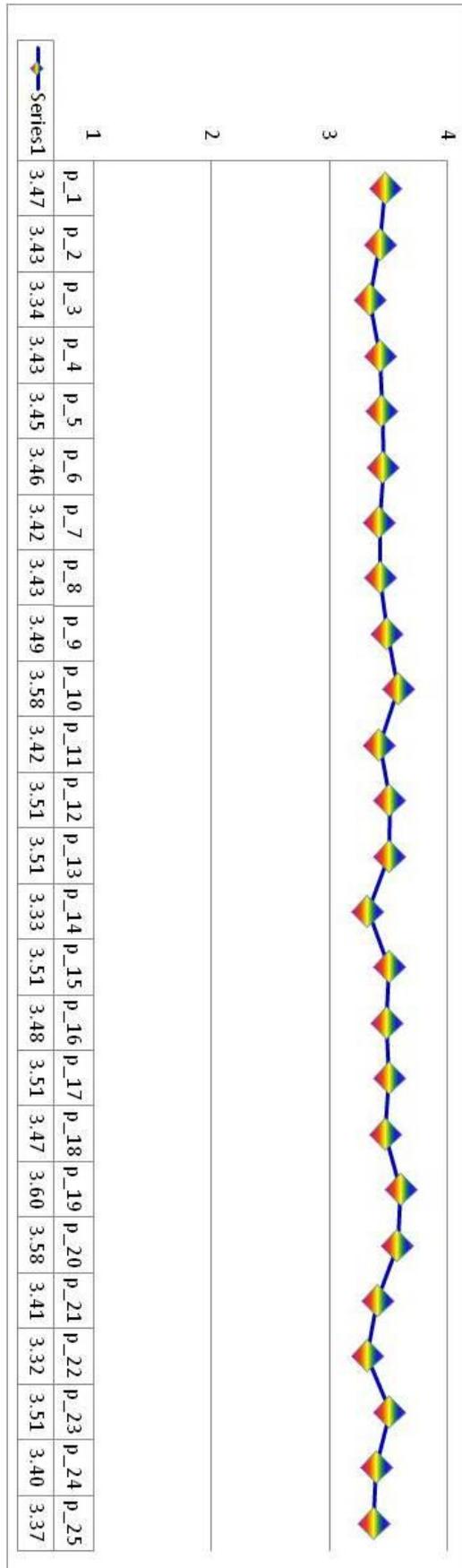
Tangible (nyata)	Petugas rapih dalam berpakaian	3.60	SP	90%
	Ruang pameran untuk pengunjung nyaman	3.58	SP	89,4%
	Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman	3.41	SP	85,1%
	Toilet pengunjung bersih	3.32	SP	83,1%
	Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat	3.51	SP	87,8%
	Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti	3.40	SP	84,9%
	Area parkir luas	3.37	SP	84,3%
	Total skor dimensi <i>Tangible</i>	3.46	SP	86%
Total skor Kepuasan Responden Pada Kualitas Pelayanan Museum Nasional		3.46	SP	86,4%

Dari tabel 8 di atas, terlihat bahwa seluruh indikator pada variabel *SERVQUAL* memiliki nilai *mean* > 3. Ini mengartikan bahwa nilai tersebut berada pada rentang skala antara 3 – 4 atau sangat puas. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa responden memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi pada kualitas Pelayanan Museum Nasional.

Analisis ini menggambarkan bahwa Museum Nasional melalui bentuk pelayanan yang dijalankan sudah menjalankan konsep *Service Of Excellent* (pelayanan prima) dengan peduli kepada pengunjung dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Namun demikian, perlu diperhatikan mengenai nilai tertinggi dan nilai terendah dalam variabel *SERVQUAL* ini. Nilai tertinggi bisa dijadikan contoh agar terus dipertahankan bahkan ditingkatkan sedangkan nilai terendah bisa dijadikan bahan evaluasi demi meningkatkan variabel pelayanan prima. Analisisnya ditampilkan dalam bentuk grafik kontinum berikut ini:

Gambar 1
Grafik Kontinum Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan
Museum Nasional

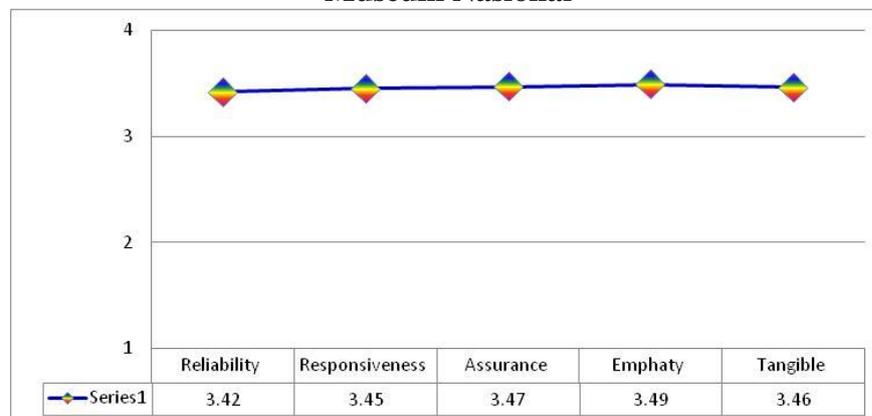


Dari grafik kontinum pada gambar 1, terlihat bahwa keseluruhan nilai *mean* pada variabel *SERVQUAL* adalah berkisar antara 3,32 s/d 3,60. Nilai ini berada dalam kisaran antara 3 – 4 yang berarti masuk dalam level sangat memuaskan. Nilai terendah dengan skor 3,32 berada pada indikator ke-22, yakni toilet pengunjung bersih. Adapun nilai tertinggi dengan skor 3,60 berada pada indikator ke-19, yakni petugas rapih dalam berpakaian.

Dengan demikian, berdasarkan analisis grafik kontinum dapat ditarik sebuah generalisasi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional dinilai sangat baik oleh para pengunjungnya. Dengan kata lain, Museum Nasional mampu memperhatikan unsur-unsur dalam konsep *Service of Excellence* yang menjadi kesatuan pelayanan dan tidak dapat dipisahkan, yaitu: Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, dan Kenyamanan baik sarana, prasarana dan SDM-nya.

Untuk memudahkan dalam membaca hasil survey, maka peneliti menampilkan grafik kontinum dimensi-dimensi pada variabel *SERVQUAL* seperti tertera pada gambar 2 berikut ini.

Gambar 2
Grafik Kontinum Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan
Museum Nasional



Dari grafik kontinum pada gambar 2, terlihat bahwa dimensi terendah dengan skor 3,42 berada pada dimensi *Reliability* (keandalan) sementara dimensi tertinggi dengan skor 3,49 berada pada dimensi *Emphaty* (kepedulian). Namun demikian

Untuk mendapatkan hasil yang lebih terintegrasi dan sebagai bentuk simpulan dari riset ini, maka peneliti mengakumulasi seluruh nilai *mean* indikator variabel *SERVQUAL* ini menjadi satu dan menampilkannya dalam bentuk grafik kontinum serta tingkat prosentase kepuasan responden, sehingga secara holistik akan terlihat prosentase kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Nasional Jakarta.

Tabel 9
Nilai & Prosentase Kepuasan Pengunjung Pada Pelayanan
Museum Nasional

NILAI KEPUASAN PENGUNJUNG PADA PELAYANAN MUSEUM NASIONAL			
Total Mean (nilai rata-rata)	Grafik Kontinum	Prosentase	Keterangan
3,46	<p>The graph shows a vertical axis from 1 to 4. A horizontal line is drawn at 3.46, with a diamond marker at that point. A legend below the graph identifies the data as 'Kualitas Pelayanan Museum Nasional'.</p>	86,4%	Sangat Puas

Dari tabel 8 terlihat bahwa total nilai *mean* kualitas pelayanan Museum Nasional. Adalah 3,46. Bila melihat pada grafik kontinum, nilai ini masuk dalam kisaran antara 3 – 4 yang berarti masuk dalam level sangat memuaskan.

Dengan demikian dapat ditarik sebuah penjelasan akhir bahwa dilihat dari variabel *SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi (*Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (kepedulian) dan dimensi *Tangible* (nyata), maka kualitas pelayanan yang diberikan Museum Nasional dinilai sangat baik oleh para pengunjungnya. Dengan kata lain, **para pengunjung sangat puas dengan kualitas pelayanan Museum Nasional dengan tingkat prosentase kepuasan sebesar 86,4%.**

Hasil riset ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmamedian dalam Jurnalnya yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM NASIONAL JAKARTA” bahwa dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas layanan memberi sumbangan pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Museum Nasional Jakarta (Museum Gajah) sebanyak 50,9%, (Sukmamedian dan Lapotulo, 2022).

Menurut peneliti, Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived servive*. Apabila kualitas jasa yang diterima melampaui harapan pengunjung, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya jika layanan jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Maka dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia layanan

suatu jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pengunjung secara konsisten, cepat, tepat dan memuaskan. Dan penelitian ini membuktikan bahwa Museum Nasional mampu membuat kualitas jasanya menjadi baik dengan menyediakan layanan jasa yang dapat memuaskan para pengunjungnya.

Hal ini dapat dibuktikan dengan konsep Susilo (1996) yang menyatakan bahwa mutu pelayanan adalah pelayanan yang diukur dengan berpedoman pada jumlah keluhan, angka keberhasilan kecepatan, dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan masalah dan data di atas sebagai alat pengukur kualitas pelayanan telah membuktikan bahwa Museum Nasional mempunyai kualitas pelayanan yang baik dari segi tempat dan pelayanan, serta dapat memuaskan pengunjungnya.

Pada akhirnya, Museum Nasional mampu mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pengunjungnya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan baik yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara mereka. Dengan demikian kepuasan pengunjung terhadap perusahaan akan tercipta. Menurut Barnes, mempertahankan pengunjung dapat dicapai melalui kepuasan pengunjung jangka panjang, berdasarkan penciptaan nilai bagi pengunjung. Ketika pengunjung merasa mereka menerima sesuatu yang bernilai, mereka akan menganugerahi perusahaan dengan loyalitas (Andi, 2003). Dan hasil penelitian ini membuktikannya bahwa Museum Nasional mampu memberikan sesuatu yang bernilai kepada pengunjungnya dan sebagai bentuk balasannya pelanggan menjadikan dirinya loyal untuk terus mengunjungi Museum Nasional.

REKOMENDASI

Dari hasil survey yang telah dilakukan, maka ditemukan hasil adanya beberapa nilai *mean* yang rendah, sehingga perlu menjadi perhatian agar tercipta kualitas pelayanan Museum Nasional Jakarta yang prima dan memuaskan. Adapun indikator yang memiliki nilai terendah berada pada indikator ke-22 dengan skor 3,32 yakni “toilet pengunjung bersih”. Namun, untuk memaksimalkan rekomendasi, maka peneliti juga mengambil tiga indikator lain dengan nilai terendah yang berada $< 3,4$, yang diurut berdasarkan nomor indikatornya. Empat indikator terendah yang perlu diperhatikan yaitu:

- a) Indikator ke-3 dengan skor 3,34 yakni “Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara *online*”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa para petugas belum sepenuhnya memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara *online*.** Data ini perlu menjadi perhatian bagi pihak manajemen Museum Nasional mengingat saat ini dunia daring atau *online* sudah menjadi budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari serta efisien dalam hal jarak dan waktu. Dengan demikian manajemen Museum Nasional perlu memaksimalkan pelayanan dalam memberi kemudahan pembelian tiket secara *online*, misalnya dengan meng-*upgrade* program tiket *online* ke dalam *Playstore* dengan berbagai macam informasi dan profil Museum Nasional, sehingga masyarakat mudah mengaksesnya. Selain itu, manajemen Museum Nasional hendaknya memberikan pelatihan kepada para karyawannya dalam mengoperasikan program tiket *online* sehingga ketika masyarakat atau

pengunjung meminta petunjuk tiket *online*, para karyawannya segera bisa membantunya.

- b) Indikator ke-14 dengan skor 3,33 yakni “Harga tiket yang ditawarkan relatif murah”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa harga tiket yang ditawarkan tidak murah atau relatif mahal.** Data ini sebenarnya bisa dihubungkan dengan pemasukan/uang jajan pengunjung perbulan yang kebanyakannya (sebesar 63%) memiliki pemasukan/uang jajan < 4.000.000,- perbulan dan 23,2% nya berkisar antara Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,- perbulan. Hal ini menandakan bahwa dalam penelitian ini, ditemukan hasil bahwa status sosial para pengunjung rata-rata adalah menengah, sehingga pihak manajemen Museum Nasional perlu meluaskan publikasi dan menggalakkan promosi agar masyarakat menengah ke atas senang berkunjung ke Museum Nasional, karena harga tiket yang menurut beberapa pengunjung relatif mahal, namun di kalangan masyarakat menengah ke atas harga ini cukup terjangkau. Selain itu, manajemen Museum Nasional perlu juga menambah *gimmick* atau penampilan tambahan, sehingga dengan harga tiket tersebut mereka terpuaskan oleh sajian yang diberikan Museum Nasional baik dalam bentuk *display* maupun tampilan lainnya.
- c) Indikator ke-22 dengan skor 3,32 yakni “toilet pengunjung bersih”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa toilet pengunjung kurang bersih,** sehingga pihak manajemen Museum Nasional melalui personel *cleaning service* hendaknya menyediakan satu atau

dua orang yang *standby* dan bertugas menjaga kebersihan toilet sebelum, selama, dan sesudah toilet digunakan serta agar memaksimalkan kegiatan bersih-bersih harian yang dilakukan secara periodik. Kemudian cek persediaan toilet seperti sabun cuci tangan dan tisu jangan sampai kosong hingga *deep cleaning* yang bisa dilakukan dua kali sebulan atau seminggu sekali meliputi menyikat dan membersihkan dinding serta lantai toilet, menyemprot toilet dan tempat cuci tangan dengan desinfektan, memastikan tidak ada kebocoran atau saluran air yang tersumbat.

- d) Indikator ke-25 dengan skor 3,37 yakni “Area parkir luas”. Data ini menunjukkan bahwa **ada sebagian responden yang berpendapat bahwa Area parkir kurang luas**. Data ini agar menjadi perhatian bagi pihak manajemen Museum Nasional dalam memperhatikan lahan parkir, karena parkir yang cukup untuk para pengunjung adalah merupakan bentuk *museum accessibility* sebagai bentuk pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para pengunjung Museum Nasional.

Demikianlah beberapa rekomendasi sebagai bentuk bagian dari evaluasi demi terciptanya layanan yang istimewa yang benar-benar di alami pengunjung melebihi harapannya dan sangat memuaskan, karena kualitas layanan di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Selain itu, riset

dari para pengunjung ini merupakan sumber informasi bagi perusahaan dalam hal intelijen pemasaran untuk pengembangan layanan pada umumnya.

Rekomendasi ini merupakan penilaian mengenai bentuk dari produk dan layanan yang diberikan Museum Nasional dalam memelihara dan memaksimalkan tingkat kepuasan pengunjung karena menurut Wardhani et al. (2015) kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk atau jasa tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali terhadap produk atau jasa tersebut, (Sukmamedian, 2022).

HASIL PENELITIAN SURVEY IMERSIFA

Museum Nasional di Jakarta baru saja meluncurkan wahana ImersifA, wahana ImersifA dibuat untuk memperkaya pengalaman berkunjung ke museum. wahana ini merupakan instalasi permanen dengan proyeksi video mapping ke setiap sisi dinding 360°, termasuk lantai, dengan tata suara yang menggelegar. Selama 30 menit, pengunjung diajak merasakan sensasi seolah-olah berpetualang dan berkelana dari masa ke masa untuk mengenal alam, seni, budaya, dan nilai-nilai keindonesiaan.

Seiring dengan pelaksanaan survey “Survei Kepuasan Layanan Museum Nasional” maka dilakukan pula survey kepada pengunjung mengenai wahana ImersifA. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 10

Apakah responden mengunjungi ImersifA?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	241	62.8	62.8	62.8
Tidak	143	37.2	37.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 10 di atas terlihat bahwa dari 384 responden yang mengunjungi Museum Nasional, ternyata tidak semuanya mengunjungi Ruang ImersifA. Data di atas memperlihatkan ada 241 orang atau 62% responden yang datang mengunjungi Ruang ImersifA. Sisanya, 143 orang 37,2% responden tidak mengunjungi Ruang ImersifA.

Dengan demikian, maka survey selanjutnya hanya membahas pendapat 241 orang atau 62,8% responden saja, karena mereka yang mengetahui mengenai pengalaman dan kesan mereka terhadap wahana ImersifA.

Tabel 11**Frekuensi responden mengunjungi wahana ImersifA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	205	85.1	85.1	85.1
	2 kali	24	10.0	10.0	95.0
	3 kali	3	1.2	1.2	96.3
	> 3 kali	9	3.7	3.7	100.0
	Total	241	100.0	100.0	

Melalui tabel 11 di atas tergambar bahwa dari 241 responden yang mengunjungi Ruang ImersifA, sebagian besar responden, yakni 85,1% baru mengunjungi Ruang ImersifA sekali. Sisanya, 10% sudah dua kali mengunjungi Ruang ImersifA, 3,7% lebih dari tiga kali mengunjungi Ruang ImersifA dan responden paling sedikit, yakni 1,2% mengunjungi Ruang ImersifA sebanyak tiga kali.

Tabel 12**Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	147	61.0	61.0	61.0
	Ragu-ragu	64	26.6	26.6	87.6
	Tidak setuju	19	7.9	7.9	95.4
	Sangat tidak setuju	11	4.6	4.6	100.0
	Total	241	100.0	100.0	

Dari tabel 12 di atas, terlihat bahwa lebih dari sebagian responden, yakni 61% menyatakan sangat setuju dan 26,6%nya setuju bahwa Wahana ImersifA memuaskan untuk dinikmati. Sebagian kecil sisanya, ada 7,9% tidak setuju dan 4,6% sangat tidak setuju. Dengan demikian, melalui survey ini, dapat dinyatakan bahwa menurut pengunjung, Wahana ImersifA memuaskan untuk dinikmati.

Tabel 13**Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	105	43.6	43.6	43.6
Ragu-ragu	83	34.4	34.4	78.0
Tidak setuju	40	16.6	16.6	94.6
Sangat tidak setuju	13	5.4	5.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

Dari tabel 13 di atas, terlihat bahwa lebih dari sebagian responden, yakni 43,6% menyatakan sangat setuju dan 34,4%nya setuju harga tiket Wahana ImersifA dapat dijangkau. Sebagian sisanya, ada 16,6% tidak setuju dan 5,4% sangat tidak setuju. Dengan demikian, melalui survey ini, dapat dinyatakan bahwa menurut pengunjung, harga tiket Wahana ImersifA dapat dijangkau.

Tabel 14**Pendapat Responden Tentang Ruang ImersifA**

Pernyataan	Mean (Rata-rata)		Prosentase persetujuan	
	Nilai	Kategori	Prosentase	Keterangan
Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati	3,43	3 – 4 (Sangat Positif)	85,9%	Sangat setuju
Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau	3,16	3 – 4 (Sangat Positif)	80,5%	Sangat setuju

Dengan demikian, maka dari survey yang dilakukan terhadap 384 orang berkunjung ke Museum Nasional, ternyata ada 241 atau 62% yang juga berkunjung ke Wahana ImersifA dengan frekuensi kunjungan terbanyak yakni

satu kali kunjungan. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh adanya biaya masuk atau tiket yang harus dibeli oleh para pengunjung Museum Nasional untuk bisa memasuki Wahana ImersifA. .

Dari 241 pengunjung ternyata dapat diambil sebuah generalisasi bahwa mereka menanggapi sangat positif mengenai wahana imersifA, bahkan mereka sangat setuju bahwa wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati dengan tingkat persetujuan sebesar 85,9%. Adapun mengenai harga tiket masuk, para pengunjung juga menyatakan tanggapan yang sangat positif dan menunjukkan sikap sangat setuju bahwa harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau dengan tingkat persetujuan sebesar 80,5%.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. 2004. *Pengolahan Data Dengan Menggunakan SPSS 12.0*. Yogyakarta: PT. Wahana Cipta.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi.
- Hanif. Asyharudin , Ihfadz Lucky Alfa Saputra, Dewi Putri Mardiana & Rangga Primadasa. *Perbandingan Service Quality Museum Kretek Dengan Museum Jenang Kudus. JOINTECH UMK Vol. 1, No. 1, Desember 2020, pp. 18-24 p-ISSN : 2733-4711*. Kudus: Universitas Muria, Program Studi Teknik Industri
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfactions*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmamedian, Haufi dan Nensi Lapotulo, 2022. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. Jurnal Mekar Vol.1. No.1. April 2022/ e-ISSN: xxxx-xxxx p-ISSN: xx xxxx*. Batam: Manajemen Devisi Kamar, Politeknik Pariwisata
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Susilo, K. Zumrotin. 1996. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta : YLKI dan Puspa Swara.

SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PENYELENGGARAAN PELAYANAN MUSEUM NASIONAL, JAKARTA

Kepada YTH
Para Pengunjung
Museum Nasional
Di tempat

No.

Dengan Hormat,

Dengan ini Kami sampaikan bahwa Museum Nasional sedang melakukan riset kinerja pelayanan terkait dengan kepuasan pengunjung. Sehubungan itu, Kami memohon partisipasi para Pengunjung Museum Nasional untuk mengisi kuesioner di bawah ini.

Hasil pengisian kuesioner ini selanjutnya akan menjadi masukan berharga untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Nasional.

Demikian pemberitahuan ini, terima kasih atas segala perhatian dan partisipasinya.

Beserta Salam,

Museum Nasional

Petunjuk Pengisian I

- Mohon dengan hormat bantuan saudara/I untuk menjawab seluruh pertanyaan yang tersedia di angket.
- Berilah tanda checklist (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban Anda.

A. Identitas Responden

1. Jenis kelamin: Laki – laki
 Perempuan
2. Usia: < 15 tahun
 15 – 25 tahun
 26 – 35 tahun
 36 – 45 tahun
 46 – 55 tahun
 > 50 tahun
3. Profesi: Pelajar
 Mahasiswa
 Pegawai
 Wiraswasta
 Ibu rumah tangga
4. Pendidikan terakhir : SMP
 SMA
 Diploma
 Sarjana
 Pasca Sarjana
5. Pemasukan / gaji perbulan : < Rp. 4.000.000,-
 Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-
 Rp. 8.000.001,- s/d Rp. 12.000.000,-
 Rp. 12.000.001,- s/d Rp. 16.000.000,-
 Rp. 16.000.001,- s/d Rp. 20.000.000,-
 > Rp. 20.000.000,-
6. Tujuan kunjungan: Hiburan
 Mencari data untuk penelitian
 Tugas perkuliahan/sekolah
7. Darimana Anda mengetahui Museum Nasional?
 Media Sosial
 Iklan
 Keluarga
 Teman
 Lembaga pendidikan (Sekolah, kampus, tempat kursus)
8. Sudah berapa kali Anda mengunjungi Museum Nasional?

- () 1 kali
- () 2 kali
- () 3 kali
- () ≥ 3 kali

9. Kapan terakhir kali anda mengunjungi Museum Nasional?

- () < 1 bulan
- () 1-6 bulan yang lalu
- () 1-3 tahun yang lalu
- () > 3 tahun yang lalu

Petunjuk Pengisian II

B. Kualitas Pelayanan

- Mohon dengan hormat bantuan saudara/I untuk menjawab seluruh pertanyaan yang tersedia di angket.
- Berilah tanda checklist (\surd) pada kolom yang sesuai dengan jawaban Anda.
- Ada 5 (lima) alternatif jawaban
 - Sangat tidak setuju :1
 - Tidak Setuju :2
 - Setuju :3
 - Sangat setuju :4

NO.	Kualitas Pelayanan	ALTERNATIF JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
	<i>Reliability (keandalan)</i>				
9.	Petugas melayani pengunjung secara komunikatif				
10.	Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi				
11.	Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara <i>online</i>				
12.	Kompetensi petugas bagus				
	<i>Responsiveness (daya tanggap)</i>				
13.	Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum				
14.	Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum				
15.	Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik				
16.	Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi				

17.	Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung				
	<i>Assurance (jaminan)</i>				
18.	Petugas ramah kepada pengunjung				
19.	Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung				
20.	Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum				
21.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum				
22.	Harga tiket yang ditawarkan relatif murah				
	<i>Emphaty (kepedulian)</i>				
23.	Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar				
24.	Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum				
25.	Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung				
26.	Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung				
	<i>Tangible (nyata)</i>				
27.	Petugas rapih dalam berpakaian				
28.	Ruang pameran untuk pengunjung nyaman				
29.	Tempat membeli tiket <i>offline</i> nyaman				
30.	Toilet pengunjung bersih				
31.	Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat				
32.	Penunjuk arah (<i>sign system</i>) mudah dimengerti				
33.	Area parkir luas				

Factor Analysis SERVQUAL

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.779
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	75.232
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		p_1	p_2	p_3	p_4
Anti-image Covariance	p_1	.263	-.031	-.082	-.034
	p_2	-.031	.866	.014	-.055
	p_3	-.082	.014	.129	-.101
	p_4	-.034	-.055	-.101	.152
Anti-image Correlation	p_1	.866 ^a	-.065	-.447	-.170
	p_2	-.065	.921 ^a	.042	-.152
	p_3	-.447	.042	.698 ^a	-.722
	p_4	-.170	-.152	-.722	.741 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Anti-image Matrices

		p_5	p_6	p_7	p_8	p_9
Anti-image Covariance	p_5	.537	-.221	-.023	-.044	-.069
	p_6	-.221	.550	-.005	.119	-.142
	p_7	-.023	-.005	.305	-.163	-.129
	p_8	-.044	.119	-.163	.382	-.096
	p_9	-.069	-.142	-.129	-.096	.285
Anti-image Correlation	p_5	.843 ^a	-.406	-.056	-.097	-.177
	p_6	-.406	.692 ^a	-.011	.260	-.358
	p_7	-.056	-.011	.785 ^a	-.477	-.439
	p_8	-.097	.260	-.477	.762 ^a	-.290
	p_9	-.177	-.358	-.439	-.290	.796 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Anti-image Matrices

		p_10	p_11	p_12	p_13	p_14
Anti-image Covariance	p_10	.202	-.068	-.096	.027	.055
	p_11	-.068	.274	-.001	-.094	-.011
	p_12	-.096	-.001	.074	.018	-.058
	p_13	.027	-.094	.018	.175	-.071
	p_14	.055	-.011	-.058	-.071	.081
Anti-image Correlation	p_10	.591 ^a	-.290	-.786	.146	.430
	p_11	-.290	.886 ^a	-.010	-.427	-.074
	p_12	-.786	-.010	.666 ^a	.160	-.744
	p_13	.146	-.427	.160	.761 ^a	-.599
	p_14	.430	-.074	-.744	-.599	.681 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Anti-image Matrices

		p_15	p_16	p_17	p_18
Anti-image Covariance	p_15	.300	-.097	-.094	.010
	p_16	-.097	.193	.084	-.101
	p_17	-.094	.084	.179	-.099
	p_18	.010	-.101	-.099	.099
Anti-image Correlation	p_15	.844 ^a	-.401	-.406	.059
	p_16	-.401	.663 ^a	.450	-.726
	p_17	-.406	.450	.660 ^a	-.742
	p_18	.059	-.726	-.742	.661 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Anti-image Matrices

		p_19	p_20	p_21	p_22	p_23	p_24	p_25
Anti-image Covariance	p_19	.150	-.126	-.012	.018	-.045	.048	-.006
	p_20	-.126	.137	.020	-.073	.051	-.049	-.006
	p_21	-.012	.020	.533	-.179	-.013	-.048	-.071
	p_22	.018	-.073	-.179	.402	-.033	.104	-.083
	p_23	-.045	.051	-.013	-.033	.285	-.162	-.122
	p_24	.048	-.049	-.048	.104	-.162	.363	-.089
	p_25	-.006	-.006	-.071	-.083	-.122	-.089	.281
Anti-image Correlation	p_19	.635 ^a	-.878	-.042	.074	-.217	.208	-.027
	p_20	-.878	.608 ^a	.074	-.311	.258	-.221	-.031
	p_21	-.042	.074	.868 ^a	-.387	-.034	-.109	-.183
	p_22	.074	-.311	-.387	.794 ^a	-.097	.273	-.247
	p_23	-.217	.258	-.034	-.097	.744 ^a	-.505	-.431
	p_24	.208	-.221	-.109	.273	-.505	.717 ^a	-.277
	p_25	-.027	-.031	-.183	-.247	-.431	-.277	.847 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
p_1	1.000	.915
p_2	1.000	.876
p_3	1.000	.915
p_4	1.000	.882
p_5	1.000	.925
p_6	1.000	.868
p_7	1.000	.846
p_8	1.000	.837
p_9	1.000	.874
p_10	1.000	.884
p_11	1.000	.884
p_12	1.000	.920
p_13	1.000	.892
p_14	1.000	.835
p_15	1.000	.800
p_16	1.000	.915
p_17	1.000	.915
p_18	1.000	.876
p_19	1.000	.915
p_20	1.000	.882
p_21	1.000	.925
p_22	1.000	.868
p_23	1.000	.846
p_24	1.000	.837
p_25	1.000	.874

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.722	46.886	46.886	11.722	46.886	46.886
2	6.619	26.477	73.363	6.619	26.477	73.363
3	2.142	8.568	81.931	2.142	8.568	81.931
4	1.527	6.106	88.037	1.527	6.106	88.037
5	.864	3.458	91.495			
6	.550	2.202	93.697			
7	.474	1.895	95.592			
8	.393	1.571	97.163			
9	.275	1.100	98.263			
10	.136	.544	98.808			
11	.127	.507	99.315			
12	.084	.335	99.650			
13	.050	.201	99.850			
14	.031	.125	99.975			
15	.006	.025	100.000			
16	4.45E-016	1.78E-015	100.000			
17	3.38E-016	1.35E-015	100.000			
18	1.44E-016	5.75E-016	100.000			
19	1.11E-016	4.44E-016	100.000			
20	1.85E-017	7.38E-017	100.000			
21	-2.3E-017	-9.03E-017	100.000			
22	-1.2E-016	-4.60E-016	100.000			
23	-2.2E-016	-8.74E-016	100.000			
24	-2.2E-016	-8.96E-016	100.000			
25	-8.4E-016	-3.37E-015	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
p_1	.624	-.698	.197	.005
p_2	.700	.000	-.606	.134
p_3	.639	-.671	.234	.046
p_4	.647	-.631	.193	.167
p_5	.695	-.038	-.502	-.435
p_6	.771	-.237	-.359	.296
p_7	.755	.393	.173	-.304
p_8	.637	.497	.278	-.326
p_9	.885	.268	.114	-.074
p_10	.901	.218	.135	.085
p_11	.425	.808	.016	.226
p_12	.751	.551	.036	.228
p_13	.143	.780	.124	.498
p_14	.429	.774	.018	.226
p_15	.696	.433	.266	.241
p_16	.624	-.698	.197	.005
p_17	.624	-.698	.197	.005
p_18	.700	.000	-.606	.134
p_19	.639	-.671	.234	.046
p_20	.647	-.631	.193	.167
p_21	.695	-.038	-.502	-.435
p_22	.771	-.237	-.359	.296
p_23	.755	.393	.173	-.304
p_24	.637	.497	.278	-.326
p_25	.885	.268	.114	-.074

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Reliability SERVQUAL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	25

Item-Total Statistics

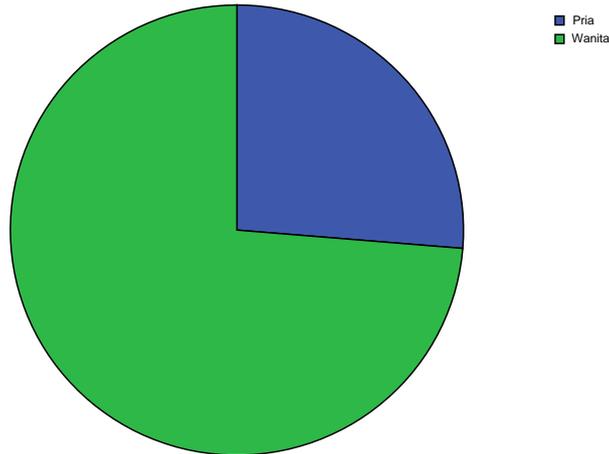
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p_1	82.3000	159.183	.398	.936
p_2	82.2333	157.840	.638	.933
p_3	82.1333	157.844	.448	.936
p_4	82.2667	157.926	.493	.935
p_5	81.7000	152.631	.601	.933
p_6	81.6000	146.179	.698	.932
p_7	80.4667	158.464	.748	.933
p_8	81.0000	149.103	.681	.932
p_9	81.4000	155.697	.872	.931
p_10	81.5333	150.878	.881	.930
p_11	81.8000	160.303	.550	.934
p_12	81.9667	150.861	.844	.930
p_13	81.9667	160.102	.297	.938
p_14	80.6667	160.644	.609	.934
p_15	81.8000	160.303	.550	.934
p_16	81.9667	150.861	.844	.930
p_17	81.9667	160.102	.297	.938
p_18	80.6667	160.644	.609	.934
p_19	82.1333	157.844	.448	.936
p_20	82.2667	157.926	.493	.935
p_21	81.7000	152.631	.601	.933
p_22	81.6000	146.179	.698	.932
p_23	80.4667	158.464	.748	.933
p_24	81.0000	149.103	.681	.932
p_25	81.4000	155.697	.872	.931

Frequency Table

Jenis kelamin responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	101	26.3	26.3	26.3
	Wanita	283	73.7	73.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

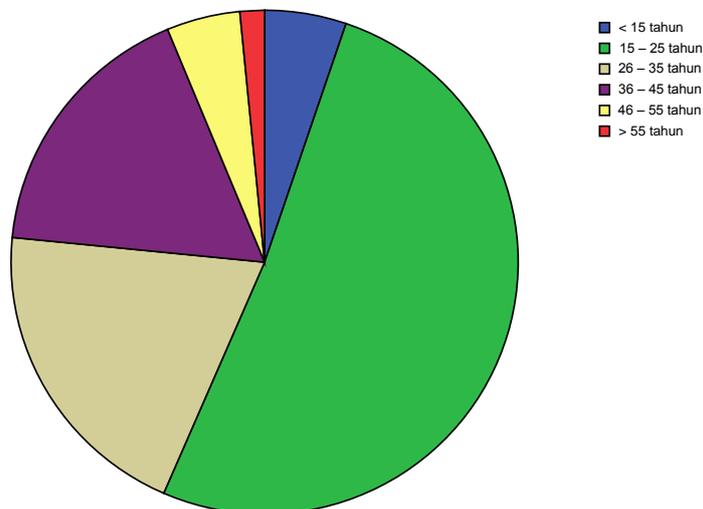
Jenis kelamin responden



Usia responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 tahun	20	5.2	5.2	5.2
	15 – 25 tahun	197	51.3	51.3	56.5
	26 – 35 tahun	77	20.1	20.1	76.6
	36 – 45 tahun	66	17.2	17.2	93.8
	46 – 55 tahun	18	4.7	4.7	98.4
	> 55 tahun	6	1.6	1.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

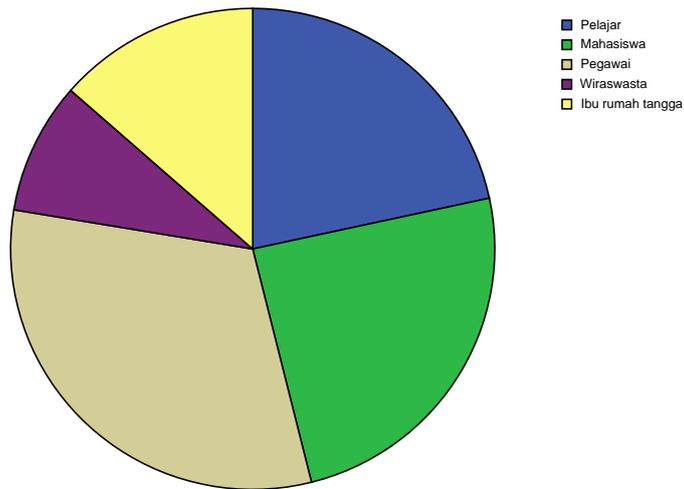
Usia responden



Profesi responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	83	21.6	21.6	21.6
Mahasiswa	94	24.5	24.5	46.1
Pegawai	121	31.5	31.5	77.6
Wiraswasta	34	8.9	8.9	86.5
Ibu rumah tangga	52	13.5	13.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

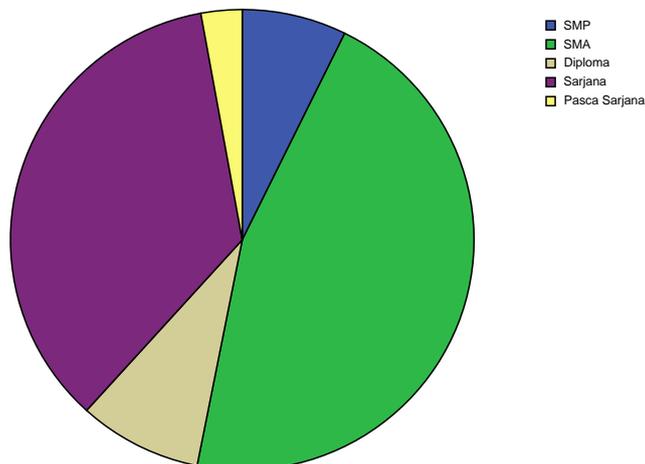
Profesi responden



Pendidikan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	28	7.3	7.3	7.3
SMA	176	45.8	45.8	53.1
Diploma	33	8.6	8.6	61.7
Sarjana	136	35.4	35.4	97.1
Pasca Sarjana	11	2.9	2.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

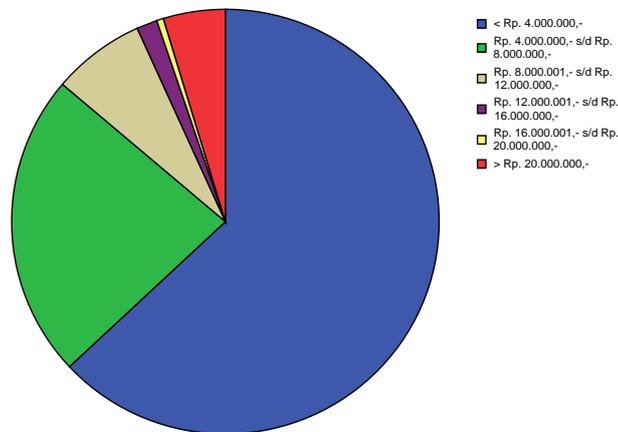
Pendidikan responden



Pemasukan/uang jajan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 4.000.000,-	242	63.0	63.0	63.0
Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-	89	23.2	23.2	86.2
Rp. 8.000.001,- s/d Rp. 12.000.000,-	27	7.0	7.0	93.2
Rp. 12.000.001,- s/d Rp. 16.000.000,-	6	1.6	1.6	94.8
Rp. 16.000.001,- s/d Rp. 20.000.000,-	2	.5	.5	95.3
> Rp. 20.000.000,-	18	4.7	4.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

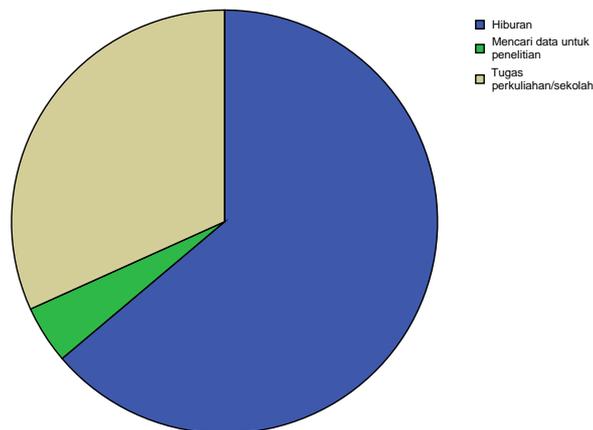
Pemasukan/uang jajan responden



Tujuan kunjungan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hiburan	245	63.8	63.8	63.8
Mencari data untuk penelitian	17	4.4	4.4	68.2
Tugas perkuliahan/sekolah	122	31.8	31.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

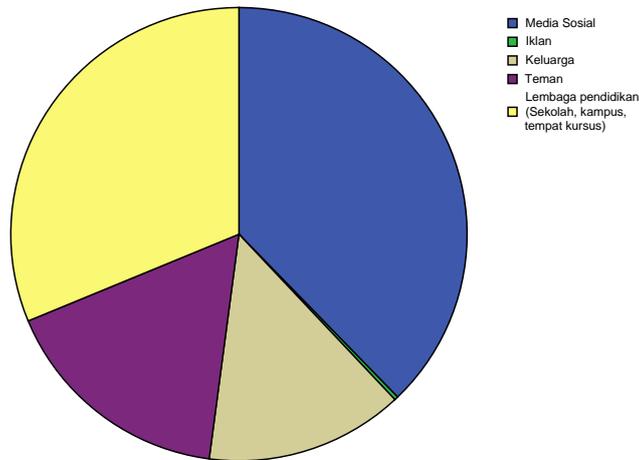
Tujuan kunjungan responden



Sumber informasi responden mengetahui Museum Nasional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media Sosial	145	37.8	37.8	37.8
	Iklan	1	.3	.3	38.0
	Keluarga	54	14.1	14.1	52.1
	Teman	64	16.7	16.7	68.8
	Lembaga pendidikan (Sekolah, kampus, tempat kursus)	120	31.3	31.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

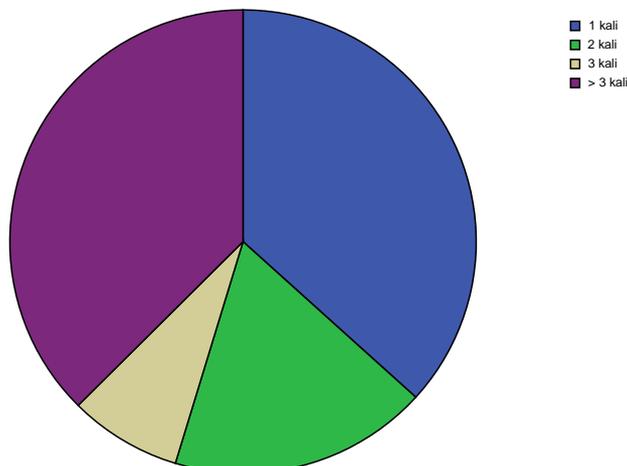
Sumber informasi responden mengetahui Museum Nasional



Frekuensi responden mengunjungi Museum Nasional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	141	36.7	36.7	36.7
	2 kali	69	18.0	18.0	54.7
	3 kali	30	7.8	7.8	62.5
	> 3 kali	144	37.5	37.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

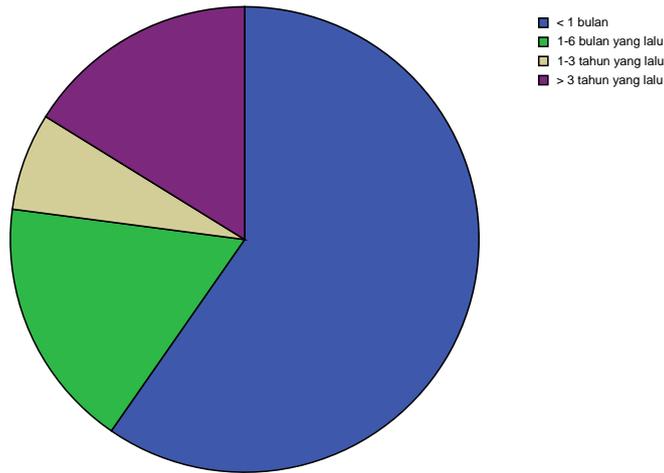
Frekuensi responden mengunjungi Museum Nasional



Terakhir kali responden mengunjungi Museum Nasional

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 bulan	229	59.6	59.6	59.6
1-6 bulan yang lalu	67	17.4	17.4	77.1
1-3 tahun yang lalu	26	6.8	6.8	83.9
> 3 tahun yang lalu	62	16.1	16.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

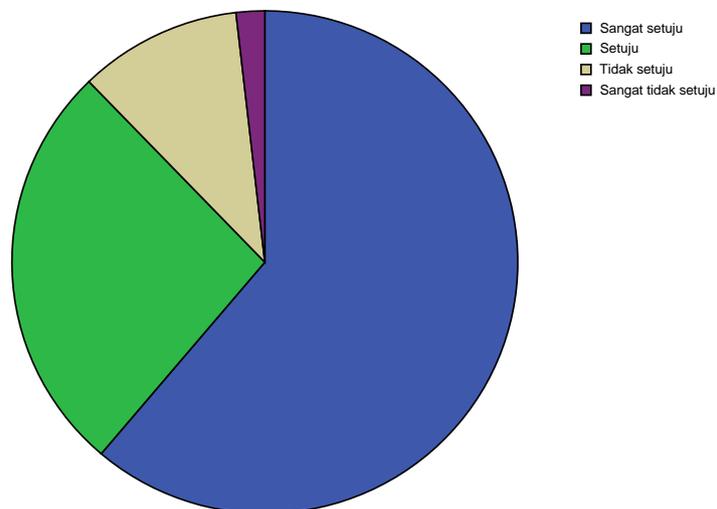
Terakhir kali responden mengunjungi Museum Nasional



Petugas melayani pengunjung secara komunikatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	235	61.2	61.2	61.2
Setuju	102	26.6	26.6	87.8
Tidak setuju	40	10.4	10.4	98.2
Sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

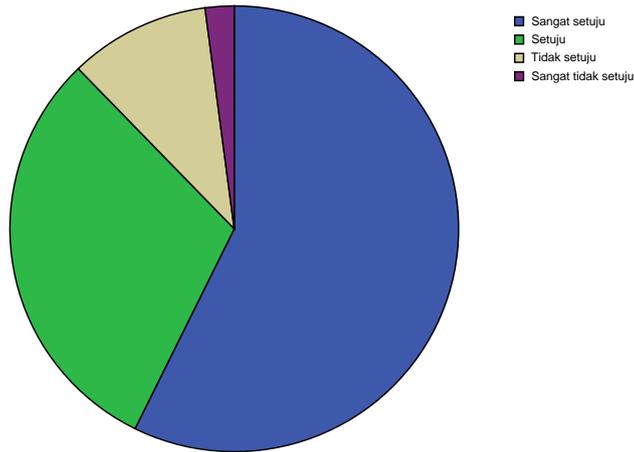
Petugas melayani pengunjung secara komunikatif



Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	220	57.3	57.3	57.3
Setuju	117	30.5	30.5	87.8
Tidak setuju	39	10.2	10.2	97.9
Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

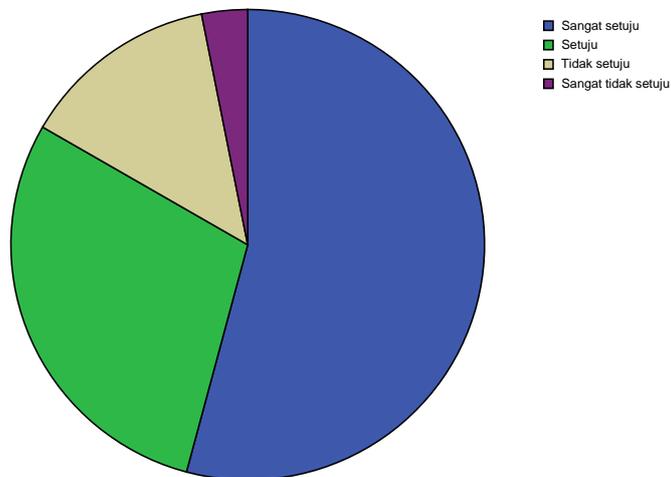
Petugas memiliki wawasan luas mengenai informasi koleksi



Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	208	54.2	54.2	54.2
Setuju	112	29.2	29.2	83.3
Tidak setuju	52	13.5	13.5	96.9
Sangat tidak setuju	12	3.1	3.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

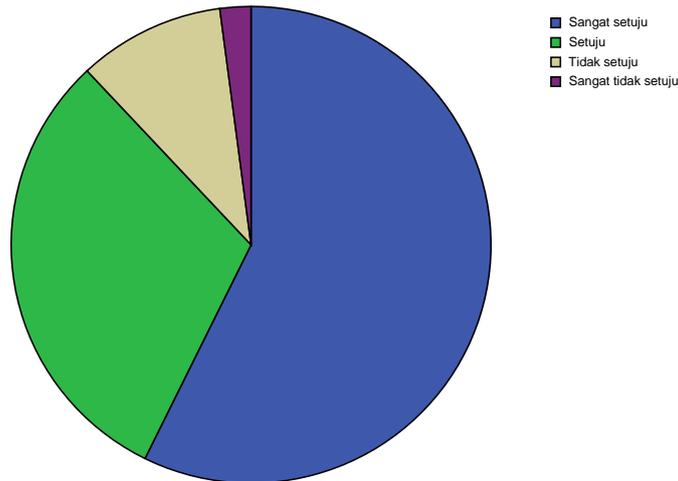
Petugas memberi kemudahan dalam pembelian tiket secara online



Kompetensi petugas bagus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	220	57.3	57.3	57.3
Setuju	118	30.7	30.7	88.0
Tidak setuju	38	9.9	9.9	97.9
Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

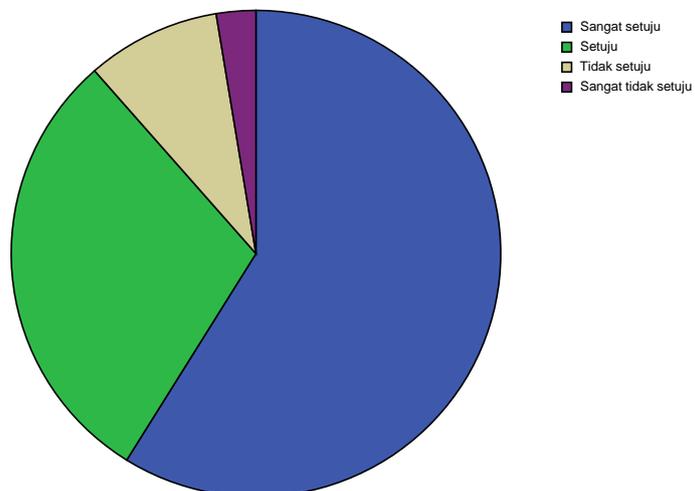
Kompetensi petugas bagus



Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	226	58.9	58.9	58.9
Setuju	114	29.7	29.7	88.5
Tidak setuju	34	8.9	8.9	97.4
Sangat tidak setuju	10	2.6	2.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

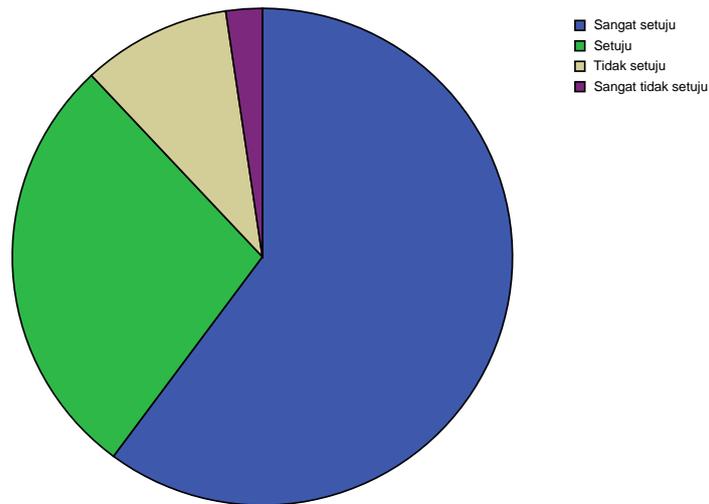
Petugas sigap menanggapi keluhan pengunjung terkait fasilitas museum



ugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah s koleksi museum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	231	60.2	60.2	60.2
Setuju	107	27.9	27.9	88.0
Tidak setuju	37	9.6	9.6	97.7
Sangat tidak setuju	9	2.3	2.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

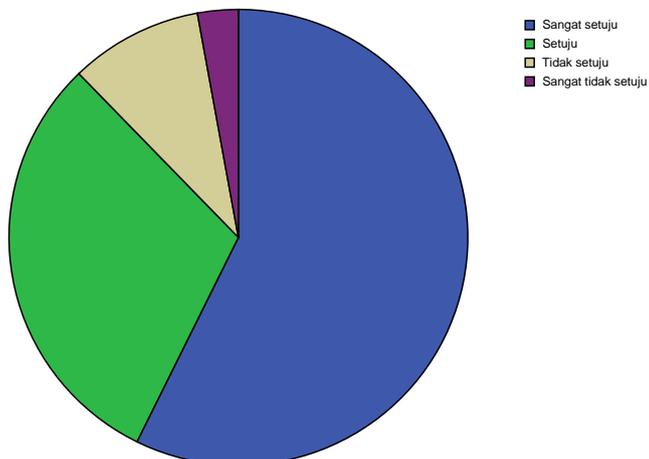
Petugas sigap membantu pengunjung yang kesulitan mencari informasi salah satu koleksi museum



Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	220	57.3	57.3	57.3
Setuju	117	30.5	30.5	87.8
Tidak setuju	36	9.4	9.4	97.1
Sangat tidak setuju	11	2.9	2.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

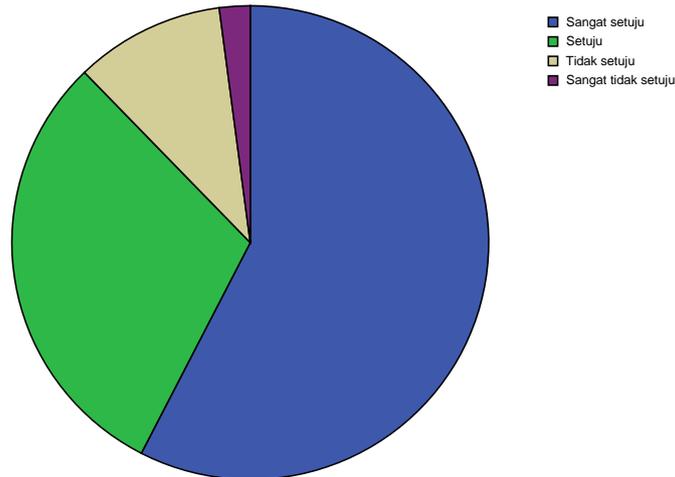
Petugas sigap melayani pengunjung yang lemah secara fisik



Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	221	57.6	57.6	57.6
Setuju	116	30.2	30.2	87.8
Tidak setuju	39	10.2	10.2	97.9
Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

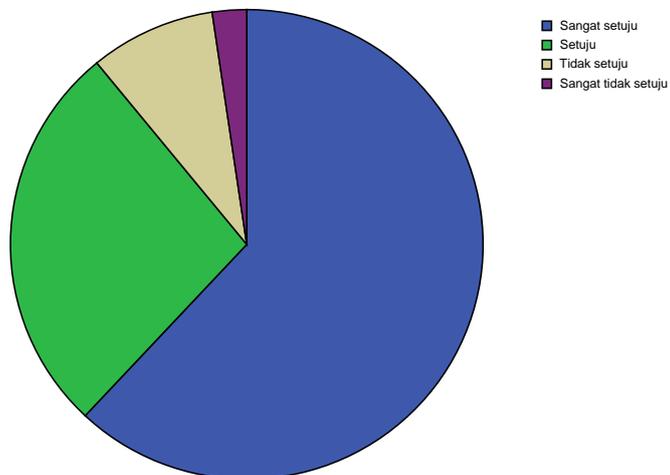
Petugas responsif dalam memberikan bantuan konsultatif sumber koleksi



Petugas mem berikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	238	62.0	62.0	62.0
Setuju	104	27.1	27.1	89.1
Tidak setuju	33	8.6	8.6	97.7
Sangat tidak setuju	9	2.3	2.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

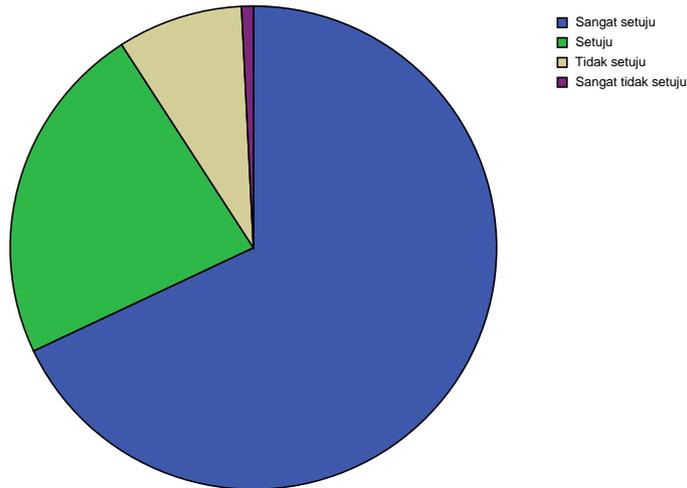
Petugas memberikan pelayanan yang cepat kepada para pengunjung



Petugas ramah kepada pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	261	68.0	68.0	68.0
Setuju	88	22.9	22.9	90.9
Tidak setuju	32	8.3	8.3	99.2
Sangat tidak setuju	3	.8	.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

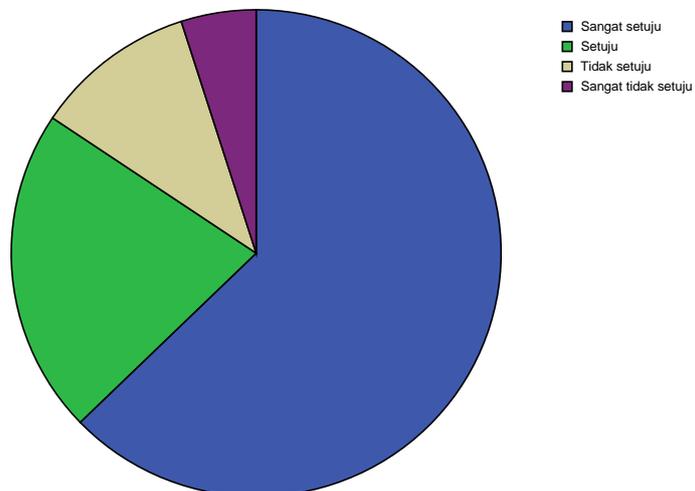
Petugas ramah kepada pengunjung



Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	241	62.8	62.8	62.8
Setuju	83	21.6	21.6	84.4
Tidak setuju	41	10.7	10.7	95.1
Sangat tidak setuju	19	4.9	4.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

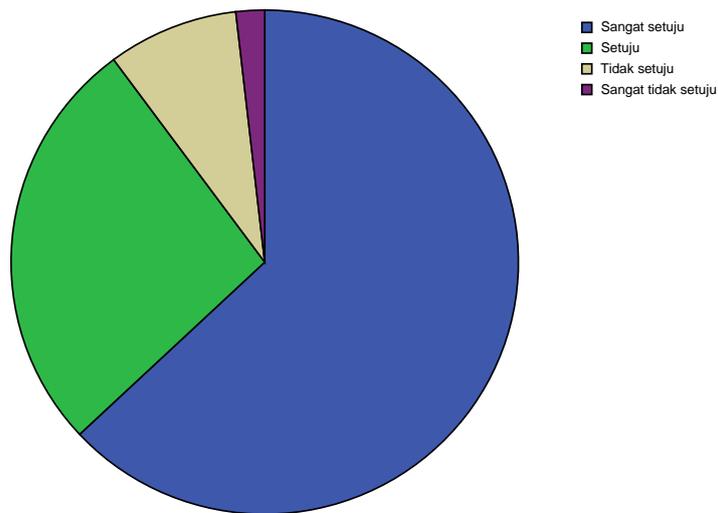
Petugas tidak diskriminatif kepada pengunjung



Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	242	63.0	63.0	63.0
Setuju	103	26.8	26.8	89.8
Tidak setuju	32	8.3	8.3	98.2
Sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

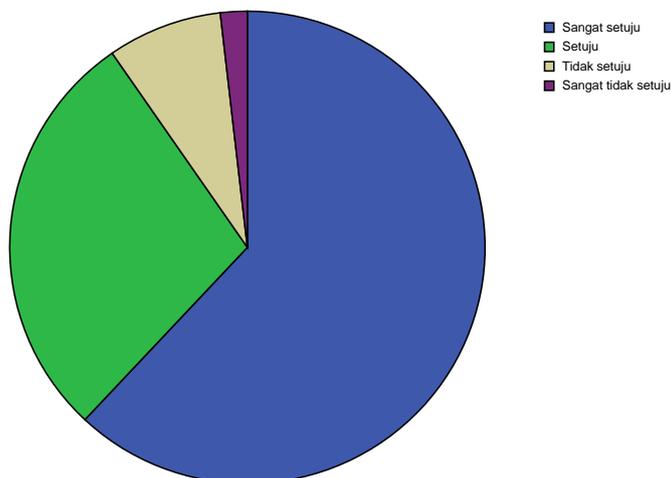
Prosedur pelayanan yang diberikan memudahkan masyarakat menikmati koleksi Museum



Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	238	62.0	62.0	62.0
Setuju	109	28.4	28.4	90.4
Tidak setuju	30	7.8	7.8	98.2
Sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

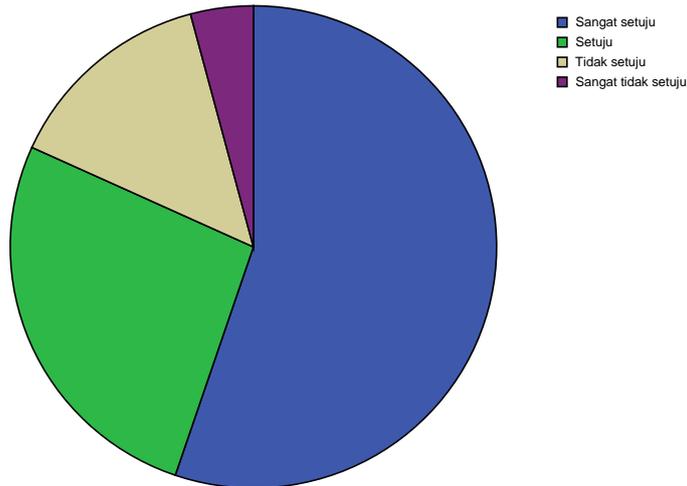
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar pelayanan pada Museum



Harga tiket yang ditawarkan relatif murah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	212	55.2	55.2	55.2
Setuju	102	26.6	26.6	81.8
Tidak setuju	54	14.1	14.1	95.8
Sangat tidak setuju	16	4.2	4.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

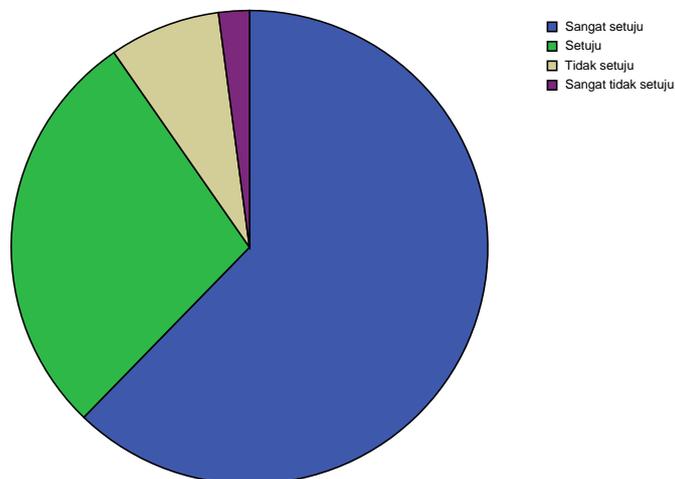
Harga tiket yang ditawarkan relatif murah



Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	239	62.2	62.2	62.2
Setuju	108	28.1	28.1	90.4
Tidak setuju	29	7.6	7.6	97.9
Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

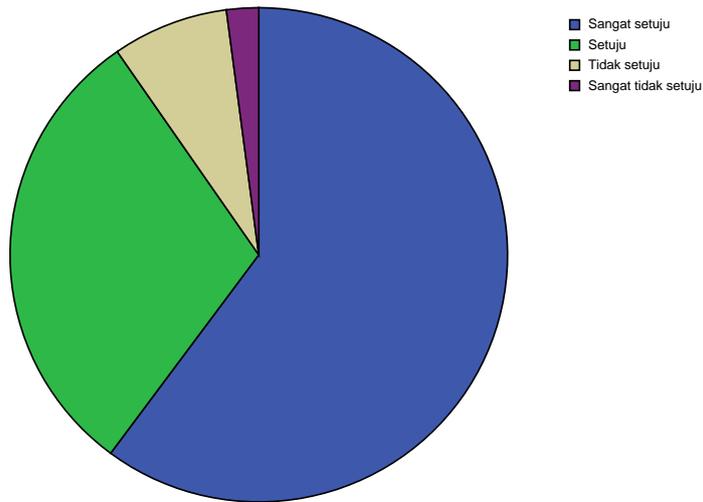
Petugas mendengarkan permintaan pengunjung dengan sabar



**igas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi kole
m useum**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	231	60.2	60.2	60.2
	Setuju	116	30.2	30.2	90.4
	Tidak setuju	29	7.6	7.6	97.9
	Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

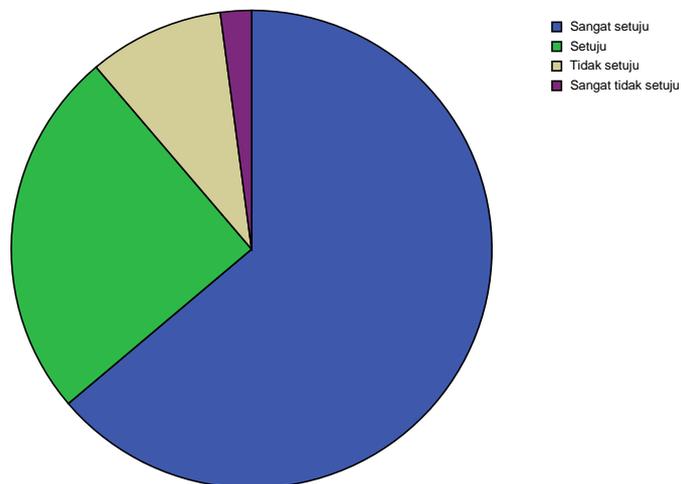
Petugas memberi solusi atas masalah pengunjung terkait dengan informasi koleksi museum



Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	245	63.8	63.8	63.8
	Setuju	96	25.0	25.0	88.8
	Tidak setuju	35	9.1	9.1	97.9
	Sangat tidak setuju	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

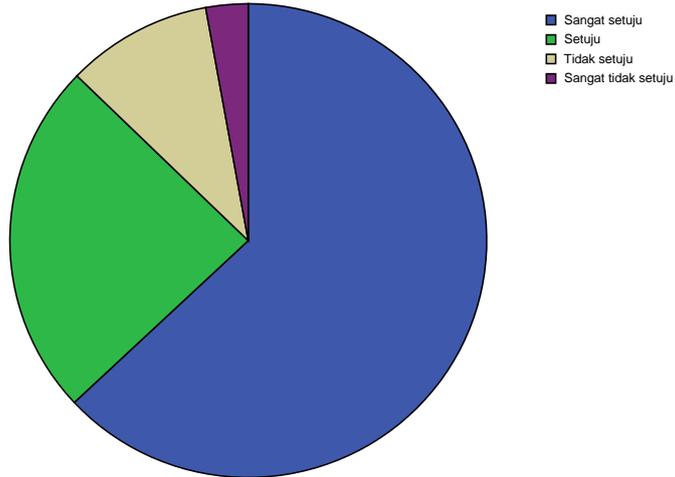
Petugas bersikap senantiasa senyum dalam melayani pengunjung



Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	242	63.0	63.0	63.0
Setuju	93	24.2	24.2	87.2
Tidak setuju	38	9.9	9.9	97.1
Sangat tidak setuju	11	2.9	2.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

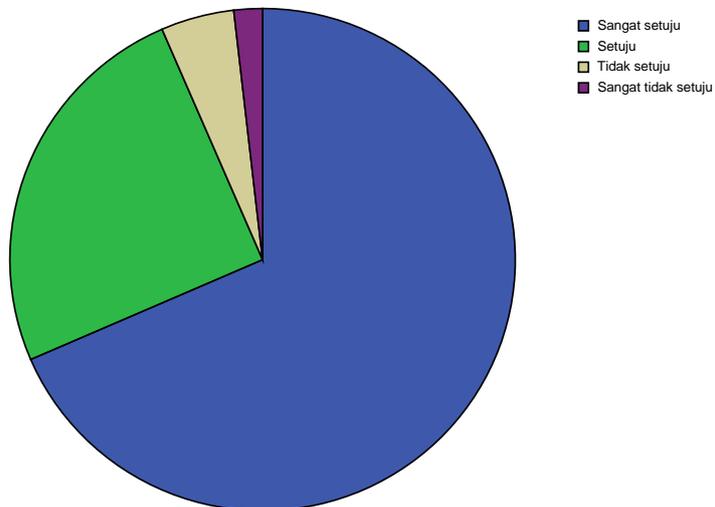
Petugas mengucapkan salam kepada pengunjung



Petugas rapih dalam berpakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	263	68.5	68.5	68.5
Setuju	96	25.0	25.0	93.5
Tidak setuju	18	4.7	4.7	98.2
Sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

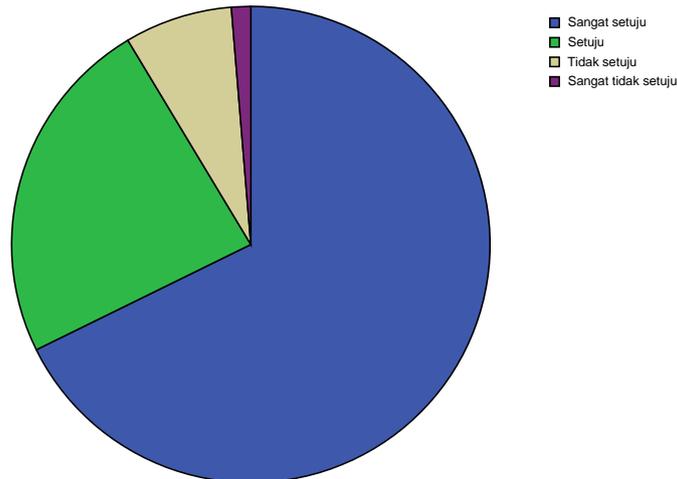
Petugas rapih dalam berpakaian



Ruang pameran untuk pengunjung nyaman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	260	67.7	67.7	67.7
Setuju	91	23.7	23.7	91.4
Tidak setuju	28	7.3	7.3	98.7
Sangat tidak setuju	5	1.3	1.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

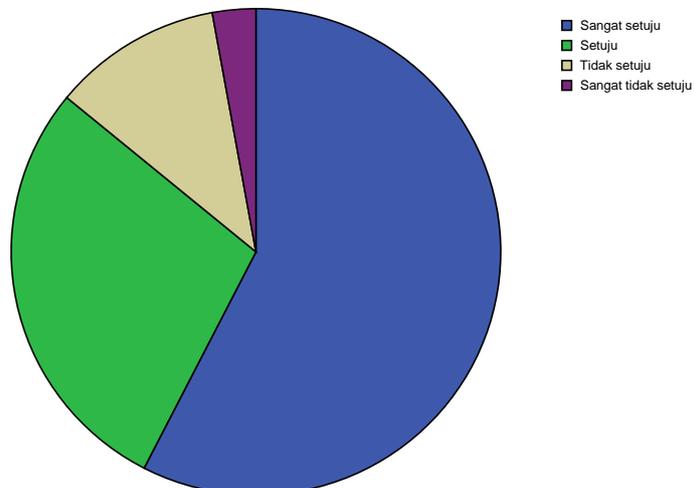
Ruang pameran untuk pengunjung nyaman



Tempat membeli tiket offline nyaman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	221	57.6	57.6	57.6
Setuju	109	28.4	28.4	85.9
Tidak setuju	43	11.2	11.2	97.1
Sangat tidak setuju	11	2.9	2.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

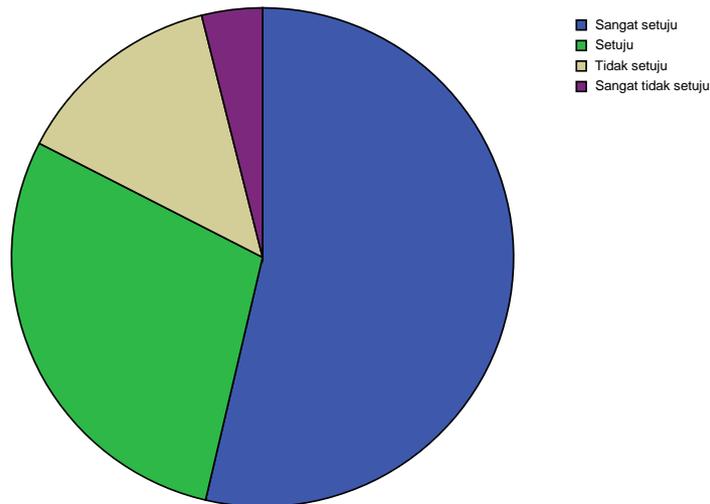
Tempat membeli tiket offline nyaman



Toilet pengunjung bersih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	206	53.6	53.6	53.6
Setuju	111	28.9	28.9	82.6
Tidak setuju	52	13.5	13.5	96.1
Sangat tidak setuju	15	3.9	3.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

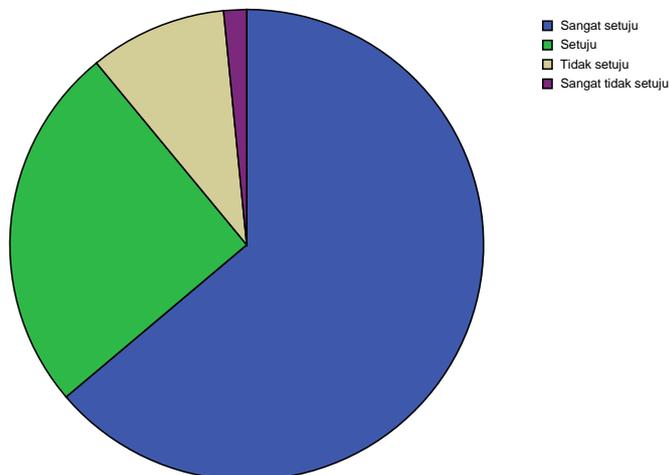
Toilet pengunjung bersih



Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	245	63.8	63.8	63.8
Setuju	97	25.3	25.3	89.1
Tidak setuju	36	9.4	9.4	98.4
Sangat tidak setuju	6	1.6	1.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

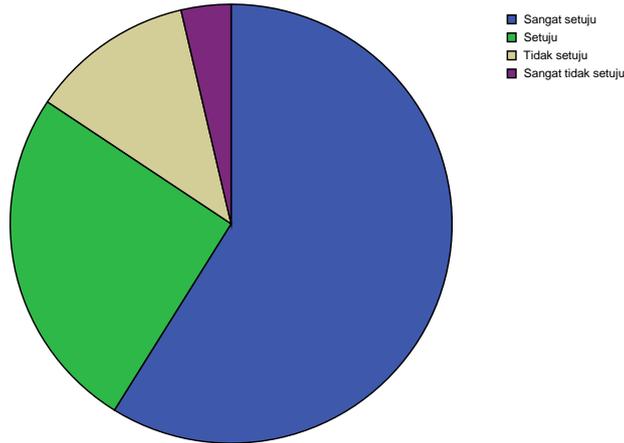
Tersedia musholla untuk pengunjung yang sedang sholat



Penunjuk arah (sign system) mudah dimengerti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	226	58.9	58.9	58.9
Setuju	98	25.5	25.5	84.4
Tidak setuju	46	12.0	12.0	96.4
Sangat tidak setuju	14	3.6	3.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

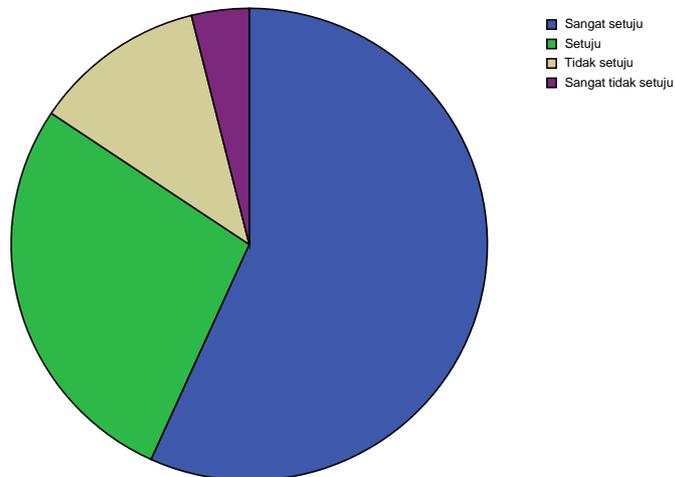
Penunjuk arah (sign system) mudah dimengerti



Area parkir luas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat setuju	218	56.8	56.8	56.8
Setuju	106	27.6	27.6	84.4
Tidak setuju	45	11.7	11.7	96.1
Sangat tidak setuju	15	3.9	3.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

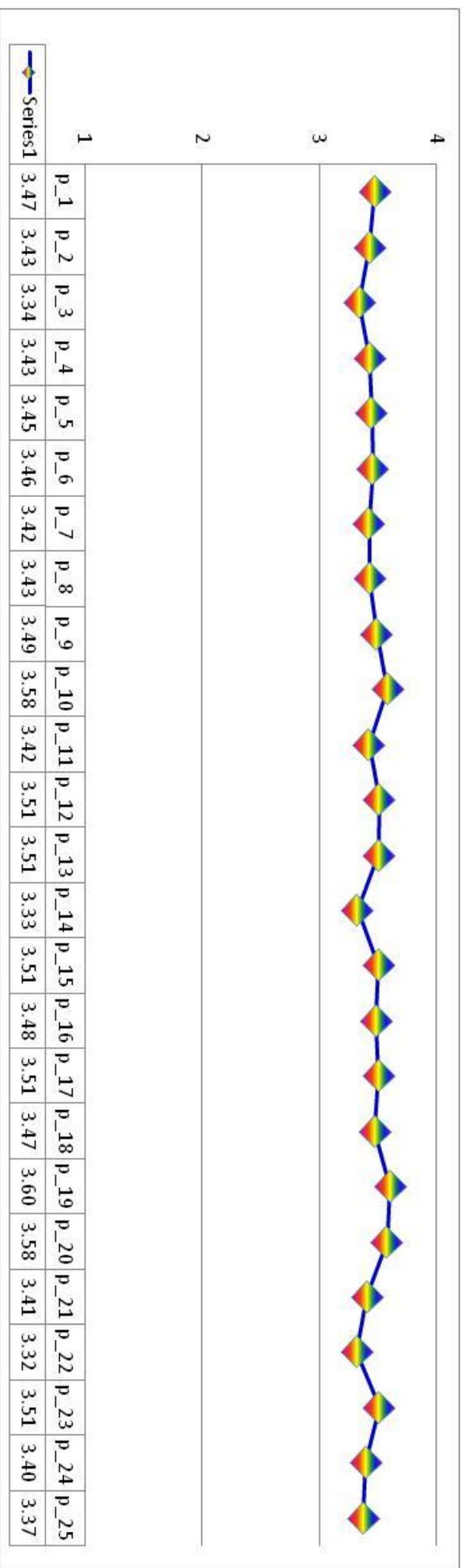
Area parkir luas



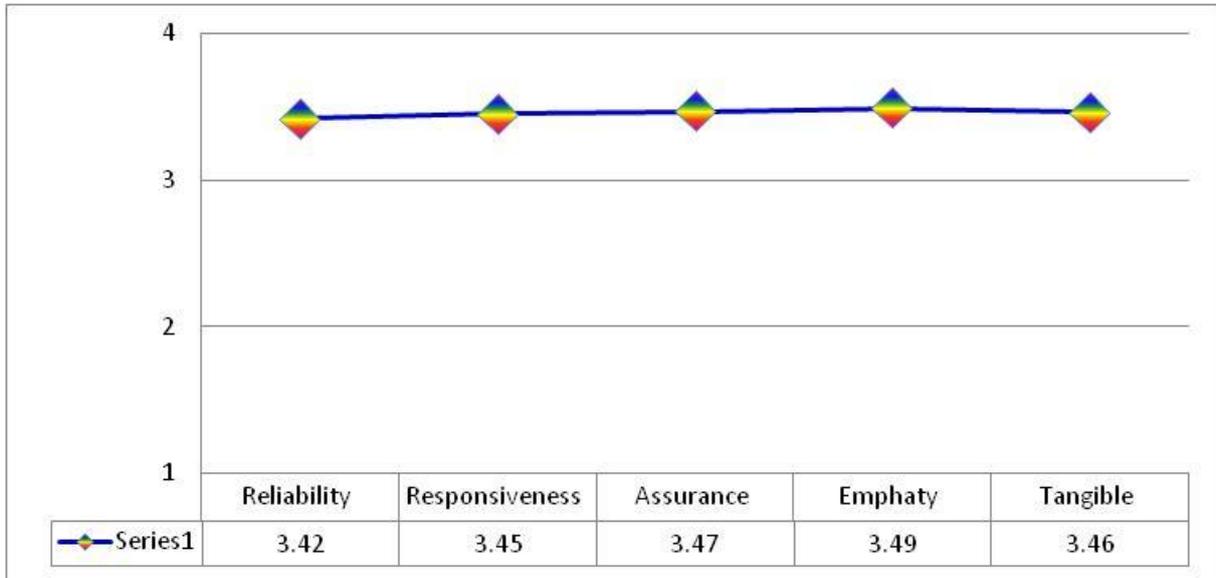
Mean (nilai rata-rata) SERVQUAL

Descriptive Statistics

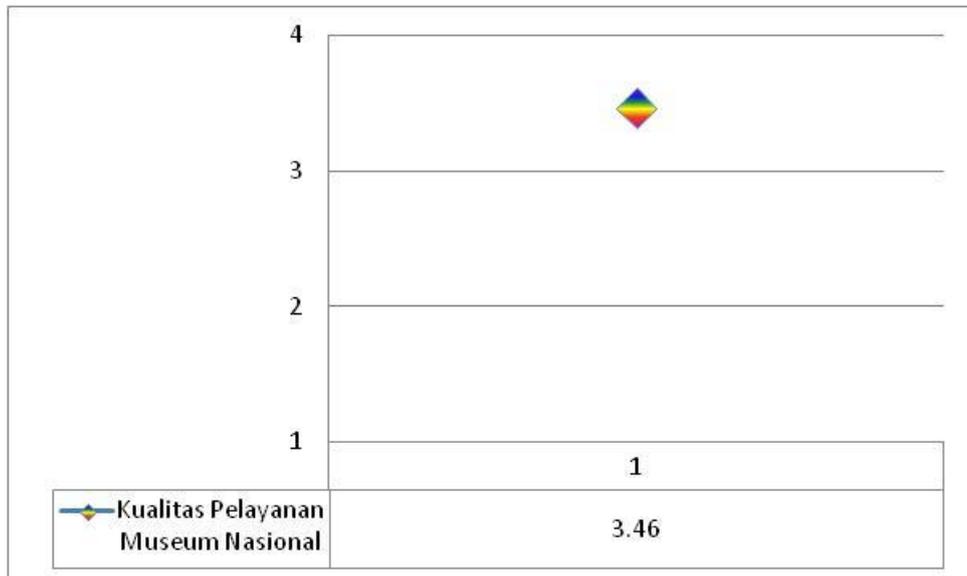
	N	Mean
p_1	384	3.4714
p_2	384	3.4297
p_3	384	3.3438
p_4	384	3.4323
p_5	384	3.4479
p_6	384	3.4583
p_7	384	3.4219
p_8	384	3.4323
p_9	384	3.4870
p_10	384	3.5807
p_11	384	3.4219
p_12	384	3.5104
p_13	384	3.5052
p_14	384	3.3281
p_15	384	3.5052
p_16	384	3.4844
p_17	384	3.5052
p_18	384	3.4740
p_19	384	3.6016
p_20	384	3.5781
p_21	384	3.4063
p_22	384	3.3229
p_23	384	3.5130
p_24	384	3.3958
p_25	384	3.3724
Valid N (listwise)	384	



Mean (nilai rata-rata) SERVQUAL



Mean (nilai rata-rata) SERVQUAL

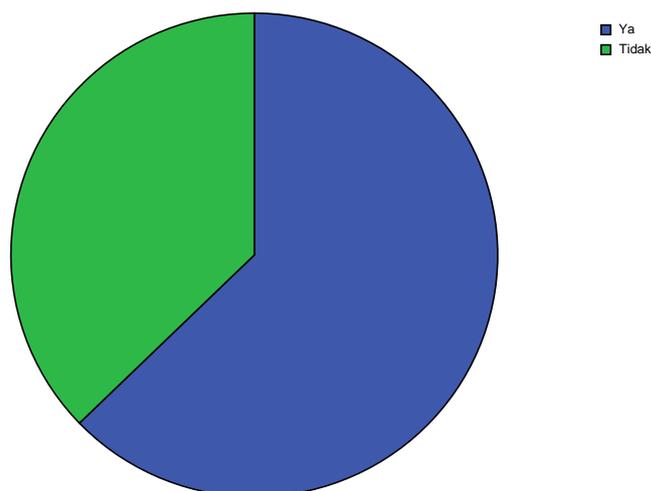


HASIL PENELITIAN SURVEY IMERSIFA

Apakah responden mengunjungi ImersifA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	241	62.8	62.8	62.8
	Tidak	143	37.2	37.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

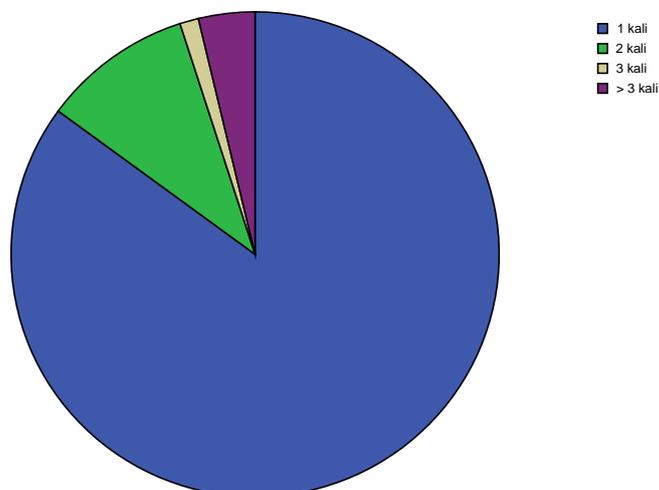
Apakah responden mengunjungi ImersifA?



Frekuensi responden mengunjungi wahana ImersifA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	205	85.1	85.1	85.1
	2 kali	24	10.0	10.0	95.0
	3 kali	3	1.2	1.2	96.3
	> 3 kali	9	3.7	3.7	100.0
	Total	241	100.0	100.0	

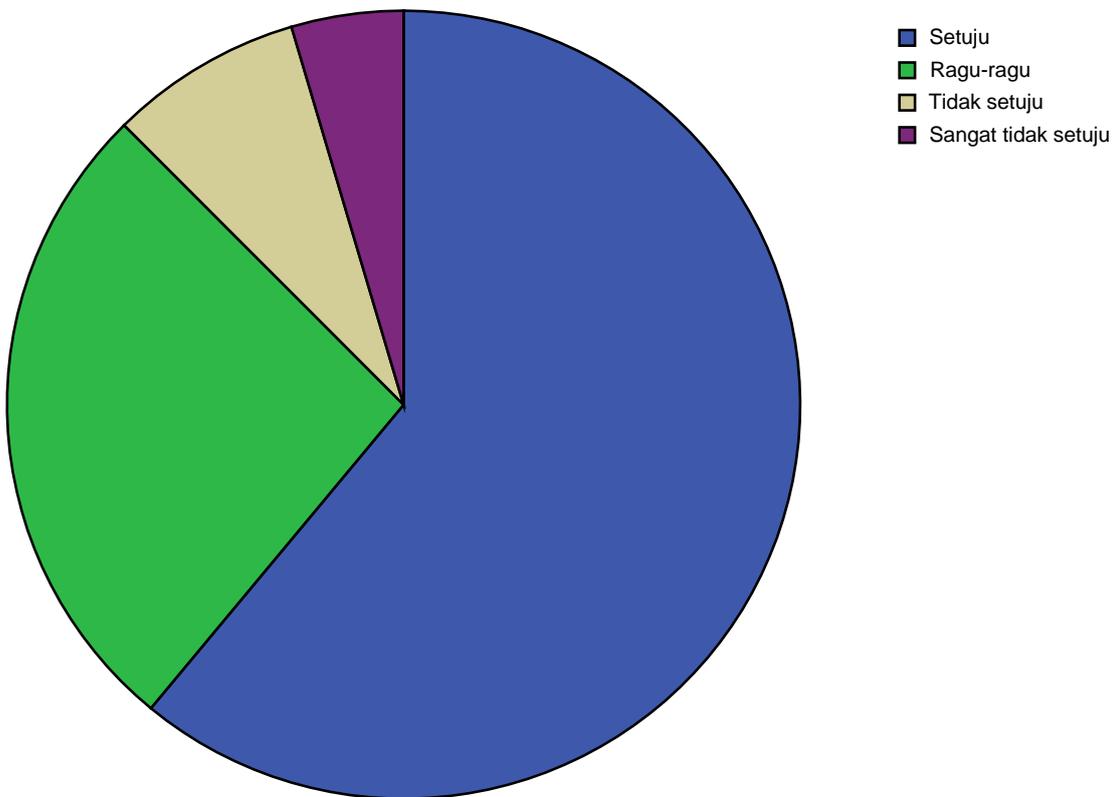
Frekuensi responden mengunjungi wahana ImersifA



Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	147	61.0	61.0	61.0
Ragu-ragu	64	26.6	26.6	87.6
Tidak setuju	19	7.9	7.9	95.4
Sangat tidak setuju	11	4.6	4.6	100.0
Total	241	100.0	100.0	

Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati



Statistics

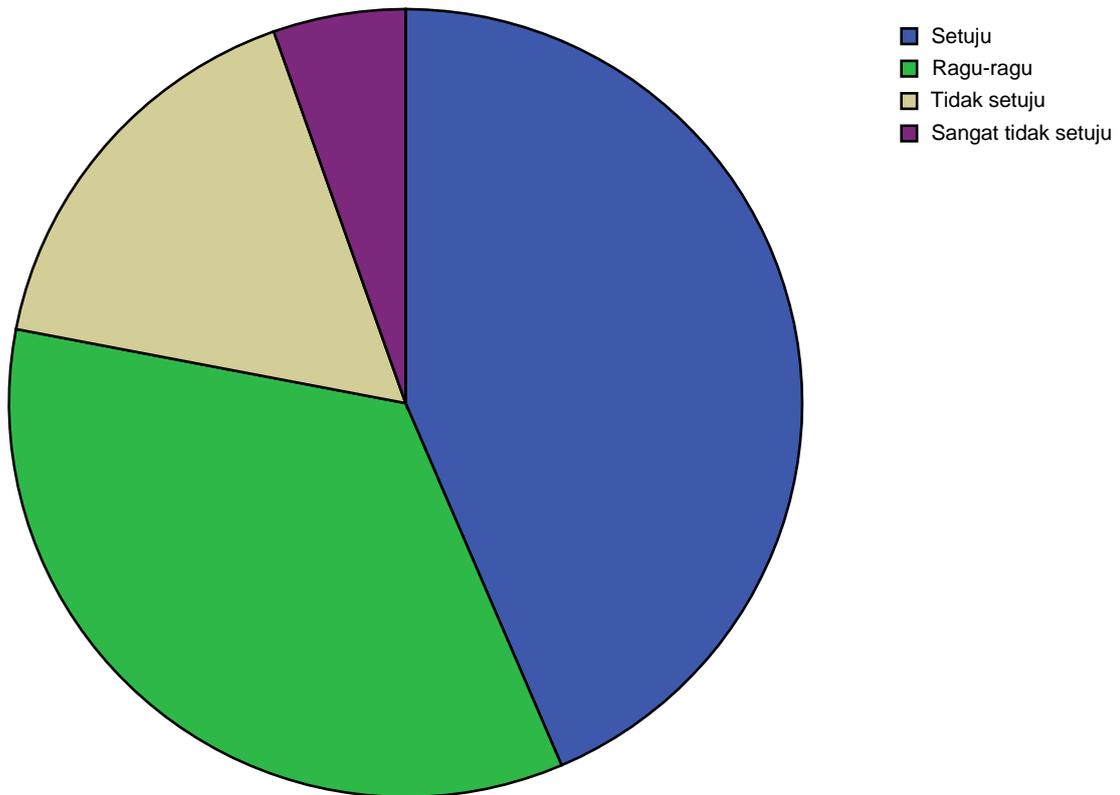
Wahana imersifA memuaskan untuk dinikmati

N	Valid	241
	Missing	0
Mean		3.4398

Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	105	43.6	43.6	43.6
Ragu-ragu	83	34.4	34.4	78.0
Tidak setuju	40	16.6	16.6	94.6
Sangat tidak setuju	13	5.4	5.4	100.0
Total	241	100.0	100.0	

Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau



Statistics

Harga tiket Wahana imersifA dapat dijangkau

N	Valid	241
	Missing	0
Mean		3.1618