

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN VIRTUAL EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MUSEUM PENERANGAN DI TMII JAKARTA

Miswan<sup>1</sup>, Sarah Austriana<sup>2</sup>, Uuh Sukaesih<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid  
Jalan Prof. Dr. Supomo No 84 Jakarta*

*\*Email Korespondensi: sukaesihuu@gmail.com*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), untuk mengetahui kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan di TMII, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Virtual Experience museum terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan di TMII. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang sudah mengunjungi virtual experience Museum Penerangan TMII dalam bentuk link google form. Metode analisis dilakukan dengan analisis deskriptif (untuk tujuan 1 dan 2) menggunakan skala interval dari 1 sampai 5, yang selanjutnya dihitung persentase dan rata-rata dan disajikan dalam tabel. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Virtual Experience museum terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan di TMII digunakan model regresi linear sederhana dengan menggunakan uji t. Hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata kualitas pelayanan yaitu 4,22 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori baik, nilai rata-rata kepuasan pengunjung yaitu 4,04 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori puas, kualitas pelayanan *Virtual Experience berpengaruh signifikan* (*signifikan = 0,000*) terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan TMII.

**Kata Kunci:** Virtual Experience; Museum Penerangan TMII

### ABSTRACT

*The research objectives are: to find out the service quality of the Virtual Experience Museum of Lighting at Taman Mini Indonesia Indah (TMII), to find out the satisfaction of visitors to the Virtual Experience Museum of Lighting at TMII, to determine the effect of the service quality of the Virtual Experience Museum on the satisfaction of visitors to the Illumination Museum at TMII. The research was conducted by distributing questionnaires to 100 people who had visited the virtual experience of the TMII Information Museum in the form of a google form link. The method of analysis was carried out by descriptive analysis (for purposes 1 and 2) using an interval scale from 1 to 5, which then calculated the percentage and average and presented in the table. To determine the effect of the service quality of the Virtual Experience Museum on the satisfaction of visitors to the Museum of Information at TMII, a simple linear regression model was used using the t-test. The results obtained that the average value of service quality is 4.22 (highest score = 5) including good category, average value of visitor satisfaction is 4.04 (highest value = 5) including satisfied category, Virtual Experience service quality has a significant effect (*significant = 0.000*) on the satisfaction of visitors to the TMII Information Museum.*

**Keywords:** Virtual Experience, Museum Penerapan TMII

## **PENDAHULUAN**

Museum adalah salah satu objek wisata yang menjadi tempat untuk menyimpan benda-benda bersejarah yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembelajaran dan pariwisata. Menurut International Council of Museums (2017) Museum adalah institusi permanen yang melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengkomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan, dan kesenangan. Museum Penerangan TMII berusaha mencoba mengembangkan beberapa program yang dapat di akses secara online, diantaranya adalah dengan program Virtual Experience. Program ini merupakan sebuah Program Pembelajaran Online melalui kunjungan ke Museum secara Virtual yang diadakan oleh MUSPEN KOMINFO (Museum Komunikasi & Informatika) yakni sebagai saksi sejarah perubahan generasi.

Pandemi Covid-19 yang berawal pada bulan maret 2020 memiliki dampak yang sangat besar bagi seluruh lapisan bidang pekerjaan. Pandemi Covid-19 ini mengharuskan masyarakat untuk menjalankan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) agar memutuskan rantai virus. Tentunya dengan adanya protokol PSBB jumlah pengunjung museum penerangan TMII mengalami penurunan. Dengan kondisi seperti membuat pengelola museum harus memiliki cara lain untuk dapat mencapai target dan tujuan yang dimiliki.

Program Virtual Experience bertujuan mempertahankan eksistensi museum di masa New Normal. Dampak yang dialami oleh museum mengharuskan museum untuk berinovasi sehingga di masa seperti ini peran teknologi informasi menjadi sangat penting untuk membantu museum melakukan inovasi pelayanan, tidak hanya dalam mengelola data, tetapi juga untuk menampilkan koleksi kepada masyarakat. Melalui program ini, Museum Penerangan ingin berbagi pengetahuan tentang sejarah koleksi dan nilai-nilai komunikasi yang ada di Museum Penerangan, selain itu lewat program ini Muspen juga ingin mengedukasi bahwa komunikasi memiliki peran penting di Indonesia. Gambaran jumlah pengunjung Museum Penerangan TMII pada tahun 2020 yaitu jumlah kunjungan fisik (offline) sebanyak 17.545 orang ( 24,7 persen), dan jumlah kunjungan melalui Virtual Experience sebanyak 53.481 (75,3 persen) sehingga jumlah pengunjung secara keseluruhan sebanyak 71.026 orang. Program Virtual Experience mulai dilaksanakan pada bulan Januari 2020.

Pengertian museum di Indonesia tercantum dalam Peraturan Pemerintah nomor 19 tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda cagar Budaya di museum. Dalam peraturan pemerintah tersebut dijelaskan bahwa museum adalah lembaga tempat menyimpan, merawat, mengamankan, dan memanfaatkan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam lingkungannya, guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa untuk kepentingan generasi yang akan datang (PP RI No.19, 1995:3). Selain itu, Museum juga memiliki kepentingan dalam menyelamatkan dan memelihara warisan budaya dan sejarah, dengan kegiatan meliputi, mengumpulkan, merawat, meneliti, memamerkan, dan menerbitkan hasil penelitian-penelitian dan pengetahuan mengenai koleksi bagi kebudayaan dan ilmu pengetahuan. Karena itu museum memiliki peran sebagai Lembaga Pendidikan non-formal, karena pada umumnya aspek Pendidikan lebih ditonjolkan dibanding dengan aspek rekreasi. Museum menyediakan sumber informasi mengenai segala aspek kebudayaan dan juga lingkungan, juga sumber inspirasi bagi kreativitas yang inovatif yang dibutuhkan dalam pembangunan

nasional, walaupun begitu museum harus tetap memberikan nuansa *rekreatif* dan *edukatif* bagi pengunjungnya.

Berdasarkan *Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995: dalam Pedoman Museum Indonesia tahun 2008*, museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan, memanfaatkan koleksi museum dan menyalurkan ilmu pengetahuan berupa benda cagar budaya. Untuk melaksanakan tugas tersebut maka pada masa pandemic seperti saat ini perlu menggunakan Virtual Learning Experience. Virtual Learning Experience mengacu pada proses pembelajaran yang terjadi di kelas maya yang berada dalam cyberspace melalui jaringan Internet (Pannen, 2009). Penerapan virtual learning ditujukan untuk mengatasi masalah keterpisahan ruang dan waktu antara siswa dan pengajar melalui media komputer. Penilaian juga dilakukan secara jarak jauh melalui komputer dan terbuka. Melalui penerapan sistem penilaian terbuka. Selama pandemi COVID-19, Zoom melihat peningkatan besar dalam penggunaan untuk pekerjaan jarak jauh (WFH), pendidikan jarak jauh dan hubungan sosial online.

Menurut Tjiptono (2016: 284) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya, Menurut Parasuraman et.al dalam Teja (2016:15) mengatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai beberapa dimensi, yaitu:

1. Bukti langsung (Tangibles)
2. Keandalan (reliability)
3. Daya Tanggap (responsiveness)
4. Jaminan (assurance)
5. Empati (*emphaty*)

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016:284) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (Tangible), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (Empathy), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. Cepat tanggap (Responsiveness), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
4. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.
5. Kepastian (Assurance), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2016:70) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada ekspektasi dan pengalaman pelanggan, maka perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Tjiptono (2016) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1. Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan akan memiliki pengaruh yang besar. Jika pengunjung mendapatkan produk dan jasa yang berkualitas, tentunya mereka akan merasa puas.

2. Harga.  
Produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan.  
Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
4. Faktor emosional.  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan.  
Ini merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan. Kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan mendapatkan produk sampai kemudahan dalam transaksi pembayaran. Pelanggan tidak akan mau menunggu lama untuk mendapatkan produk atau jasa.

Menurut Widiawati (2018) pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan perusahaan, bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan konsumen lain, sehingga akan memberikan prospek adanya pelanggan baru. Pelanggan yang puas berperan sebagai media promosi dari mulut ke mulut yang baik. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu baik perusahaan maupun konsumen, akan sam-sama diuntungkan bila kepuasan terjadi. Tetapi sebaliknya, seandainya kesemua dimensi kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan tidak terpenuhi, pelanggan akan merasakan ketidakpuasannya. Dan pelanggan yang tidak puas selain ia akan beralih ke perusahaan lain mereka juga merupakan penyebar image jelek bagi perusahaan.

Museum Penerangan yang memanfaatkan media virtual melalui Program Virtual Experience dan Youtube Virtual Experience diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui pendapat pengunjung mengenai kualitas pelayanan Virtual Experience pada Museum Penerangan di Taman Mini Indonesia Indah (TMII)
2. Ingin mengetahui kepuasan pengunjung yang menggunakan Virtual Experience pada Museum Penerangan di TMII
3. Ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Virtual Experience terhadap kepuasan pengunjung museum penerangan di TMII.

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu: Diduga Kualitas Pelayanan Virtual Experience berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengunjung Museum Penerangan Taman Mini Indonesia Indah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2021, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengunjungi Museum Penerangan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) dengan menggunakan program virtual experience. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dikirimkan kepada responden (pengunjung) yang sudah mengunjungi virtual experience Museum Penerangan TMII dalam bentuk link google form.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung museum penerangan TMII melalui virtual experience pada tahun 2020 yaitu sebanyak 71 062 pengunjung.

Dalam penelitian untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus pendekatan Slovin dalam Sugiyono (2016) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas Toleransi Kesalahan pengambilan sampel yaitu 10 % (0,1).

Dengan demikian diperoleh ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{53\,481}{1 + 53\,481(0,1)^2}, \quad n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dengan jumlah populasi sebanyak 71 062 orang, maka ukuran sampel sebanyak 100 pengunjung program Virtual Experience Museum Penerangan Taman Mini Indonesia Indah.

Dalam melakukan penelitian operasional variabel dijadikan panduan dalam melakukan tahap penelitian untuk mempermudah dalam pembuatan kuesioner. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Pelayanan Program *Virtual Experience* dan Kepuasan pengunjung Program Virtual Experience. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Kualitas Pelayanan Program Virtual Experience</i>	<i>Tangible (Berwujud)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Virtual Experience Memiliki tampilan atau <i>image</i> desain yang sangat menarik.</li> <li>2. Sebagai tempat pelestarian, Museum Penerangan TMII sangat baik dalam penyimpanan dan perawatan koleksi yang dimilikinya.</li> <li>3. Fasilitas Museum Penerangan TMII (Ruang Penyimpanan Koleksi, Ruang Pameran dan Edukasi, Auditorium dan Kantor, dsb) sangat baik</li> </ol>
	<i>Empathy (Empati)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Pemandu Virtual Experience sangat ramah saat memberikan pelayanan pada pengunjung.</li> <li>5. Program Virtual Experience mengajak pengunjung untuk mencintai sejarah, budaya dan museum.</li> </ol>
	<i>Responsiveness (Cepat Tanggap)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Pemandu Virtual Experience sangat responsif terhadap pertanyaan-pertanyaan dan kebutuhan pengunjung.</li> </ol>
	<i>Reliability (Keandalan)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Pemandu Virtual Experience sangat menguasai materi dan memiliki pengetahuan luas mengenai museum.</li> <li>8. Program Virtual Experience berhasil menjaga eksistensi Museum Penerangan TMII Sebagai sarana Pembelajaran Masyarakat.</li> </ol>

Variabel	Dimensi	Indikator
	<i>Assurance (Kepastian)</i>	9. Museum Penerangan TMII berhasil melestarikan kebudayaan dan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui program Virtual Experience 10. Pemandu Virtual Experience memberikan pelayanan dengan sangat sopan dan santun.
<i>Kepuasan Pengunjung</i>	<i>Kualitas Produk</i>	1. Program Virtual Experience berhasil memberikan pengetahuan tentang sejarah dan peran penting komunikasi di Indonesia 2. Program Virtual Experience berhasil dalam mendukung kurikulum pembelajaran New Normal.
	<i>Kualitas Pelayanan</i>	3. Saya akan merekomendasikan program Virtual Experience kepada orang lain. 4. Saya sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam program Virtual Experience
	<i>Faktor Emosional</i>	5. Program Virtual Experience sama baik dengan pengalaman berkunjung langsung. 6. Saya berniat untuk berbagi pengalaman mengenai program Virtual Experience kepada orang lain.
	<i>Biaya dan Kemudahan</i>	7. Program Virtual Experience sangat mudah untuk diakses. 8. Koneksi program Virtual Experience tetap terhubung dan lancar selama program berjalan.

Metode analisis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapat pengunjung program Virtual Experience Museum Penerangan TMII mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dilakukan dengan analisis deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan atau menggambarkan tentang pendapat atau penilaian dengan 5 pilihan jawaban yang diberi nilai dari 1(Sangat Tidak Baik) sampai 5 (Sangat Baik) untuk kualitas pelayanan, dan diberi nilai dari 1(Sangat Tidak Puas) sampai 5 (Sangat Puas) untuk kepuasan yang selanjutnya dihitung nilai rata-rata dari masing-masing indikator atau masing-masing pernyataan dengan ketentuan

Untuk menentuka kriteria nilai interval rata-rata digunakan dengan rumus:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah pilihan jawaban}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan rumus tersebut maka kriteria untuk penilaian kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung disajikan pada Table 2.

**Tabel 2. Nilai Interval Kriteria Kualitas Virtual Experience dan Kepuasan Pengunjung Museum Penerangan TMII**

Nilai	Nilai interval	Kriteria	
		Kualitas Pelayanan Virtual Experience	Kepuasan pengunjung
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
2	1,81 – 2,61	Tidak Baik	Tidak Puas
3	2,62 – 3,42	Cukup Baik	Cukup Puas
4	3,43 – 4,23	Baik	Puas
5	4,24 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Puas

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan virtual experience terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan TMII digunakan model regresi linear sederhana dengan model persamaan yaitu :

$Y = \alpha + \beta X$  , dengan keterangan :

Y = variabel tidak bebas ( kepuasan pengunjung)

X = variabel bebas ( kualitas pelayanan virtual experience)

$\alpha$  = intersep/konstanta ( nilai Y jika X = 0 )

$\beta$  = koefisien regresi sama besarnya pengaruh X terhadap Y

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai signifikan :

1) Jika signifikan < 0,01, maka H1 diterima atau H0 ditolak

2) Jika signifikan > 0,01, maka H1 ditolak atau H0 diterima.

Dengan rumusan H0 dan H1 yaitu :

H0 :  $\beta = 0$  (kualitas pelayanan virtual experience tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung)

H1 :  $\beta \neq 0$  (kualitas pelayanan virtual experience berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Penerangan mengembangkan produk museumnya dengan program “*Virtual Experience*” yang dilaunch pada Mei 2020. Dengan harapan program ini dapat mengedukasi dan menampilkan koleksi museum kepada masyarakat dengan cara memanfaatkan teknologi informasi. Karena dimasa pandemi ini masyarakat terhambat untuk mengunjungi museum dikarenakan harus mengikuti peraturan dari pemerintah. Aplikasi yang dimanfaatkan untuk proses pelaksanaan *Virtual Experience* ini adalah *Zoom Cloud Meeting*.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 orang yang telah mengunjungi program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII gambaran identitas responden berdasarkan jenis kelamin dan jenjang pendidikan yaitu sebagai berikut:

Dari hasil penelitian profil responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 3 .

**Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	50	50
Perempuan	50	50
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2021)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin maka responden wanita sebanyak 50 persen dan responden laki-laki sebanyak 50 persen, dengan demikian banyaknya peserta laki-laki sama dengan peserta perempuan.

Gambaran profil responden berdasarkan jenjang pendidikan disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 5 terbanyak adalah siswa SMA 70 persen, diikuti siswa SMP dengan 20 orang atau 20 persen, Mahasiswa sebanyak 5 Orang atau 5%, dan Guru sebanyak 5 orang atau 5 persen.

**Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	20	20
SMA	70	70
Mahasiswa	5	5
Guru	5	5
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2021)

### **Analisis Kualitas Pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII**

Untuk menganalisa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Virtual Experience Museum Penerangan TMII, peneliti menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan mengenai kualitas pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII yang dijawab oleh 100 responden. Berikut adalah tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Virtual Experience Museum Penerangan TMII:

#### ***Tangible (Berwujud)***

Tangible atau dapat juga dikatakan sebagai wujud fisik pelayanan adalah kemampuan museum penerapan dalam menunjukkan eksistensinya yaitu menampilkan koleksi yang ada kepada pihak luar yaitu pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII. Pada dimensi kualitas pelayanan dari sisi *Tangible* dengan indikator:

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII ini Memiliki tampilan atau *image* desain yang menarik.
2. Sebagai tempat pelestarian, Museum Penerangan TMII sangat baik dalam penyimpanan dan perawatan koleksi yang dimilikinya.

3. Fasilitas Museum Penerangan TMII memenuhi standar Fasilitas Museum (Ruang Penyimpanan Koleksi, Ruang Pameran dan Edukasi, Auditorium dan Kantor)

#### ***Empathy (empati)***

*Empathy* adalah rasa yang dimiliki untuk memahami keinginan konsumen, berupa perhatian secara individual dalam memberi layanan. Hal ini juga dapat meliputi kemudahan untuk berkomunikasi dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan indikator:

1. Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII ramah dan tersenyum saat memberikan pelayanan pada pengunjung.
2. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII mengajak pengunjung untuk mencintai sejarah, budaya dan museum.

#### ***Responsiveness (Cepat Tanggap)***

Dimensi *responsiveness* merupakan kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, kebutuhan konsumen atau dalam hal ini pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII dengan indikator :

1. Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII sangat responsif terhadap pertanyaan-pertanyaan dan kebutuhan pengunjung.

#### ***Reliability (Kehandalan)***

Dimensi *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hal ini meliputi dengan kemampuan menguasai materi yang akan dibawakan dalam program Virtual Experience Museum Penerangan TMII. Kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengunjung berarti ketepatan waktu dan juga memiliki cara yang up-to date sehingga dapat diterima oleh pengunjung dengan indikator yaitu :

1. Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII menguasai materi dan memiliki pengetahuan luas mengenai museum.
2. Program Virtual Experience berhasil menjaga eksistensi Museum Penerangan TMII Sebagai sarana Pembelajaran Masyarakat.

#### ***Assurance (Kepastian)***

Dimensi *assurance* atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen atau pengunjung bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Dimensi ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dengan indikator yaitu :

1. Museum Penerangan TMII berhasil melestarikan kebudayaan dan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui program Virtual Experience ini.
2. Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII memberikan pelayanan dengan sopan dan santun.

Rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII**

No	Kualitas Pelayanan Virtual Experience	STB	TB	CB	B	SB	Rata - Rata	Kategori
		1	2	3	4	5		
1	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII memiliki tampilan/ <i>image</i> disain yang menarik.	2	3	13	50	32	4,07	Baik
2	Sebagai tempat pelestarian, Museum Penerangan TMII baik dalam penyimpanan dan perawatan koleksi yang dimilikinya.	3	6	0	40	51	4,30	Sangat Baik
3	Fasilitas Museum Penerangan TMII memenuhi standar Fasilitas Museum (Ruang Penyimpanan Koleksi, Ruang Pameran dan Edukasi, Auditorium dan Kantor.)	2	6	13	32	47	4,16	Baik
4	Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII ramah dan tersenyum saat memberikan pelayanan pada pengunjung.	3	3	8	40	46	4,23	Baik
5	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII mengajak pengunjung untuk mencintai sejarah, budaya dan museum.	4	2	7	32	55	4,32	Sangat Baik
6	Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII sangat responsif terhadap pertanyaan-pertanyaan dan kebutuhan pengunjung.	2	3	17	37	41	4,11	Baik
7	Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII menguasai materi dan memiliki pengetahuan luas mengenai museum.	2	3	9	34	52	4,31	Sangat Baik
8	Program Virtual Experience berhasil menjaga eksistensi Museum Penerangan TMII Sebagai sarana Pembelajaran bagi Masyarakat.	4	3	10	35	48	4,20	Baik
9	Museum Penerangan TMII berhasil melestarikan kebudayaan dan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui program Virtual Experience .	3	3	7	49	38	4,16	Baik
10	Pemandu Virtual Experience Museum Penerangan TMII memberikan pelayanan dengan sopan dan santun.	2	2	5	40	51	4,36	Sangat Baik
<b>Rerata</b>		2,7	3,4	8,9	38,9	46,1	4,22	Baik

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2021)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan atau pendapat responden mengenai kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII yaitu 2,7 persen berpendapat sangat tidak baik, 3,4 persen berpendapat tidak baik, 8,9 persen berpendapat cukup baik, 38,9 persen berpendapat baik, dan 46,1 persen berpendapat sangat baik. Dengan demikian yang berpendapat baik dan sangat baik sebanyak 85 persen, dan yang berpendapat cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik sebanyak 15 persen dan yang berpendapat tidak baik dan sangat tidak baik sebanyak 6,1 persen.

Berdasarkan Tabel 5 juga dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII adalah 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Museum Penerangan TMII melalui program *Virtual Experience* termasuk kategori baik. Namun masih ada yang berpendapat sangat tidak baik, tidak baik, dan cukup baik.

Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII yang nilainya lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu mengenai :

1. Program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII memiliki tampilan/*image* disain yang menarik.
2. Fasilitas Museum Penerangan TMII memenuhi standar Fasilitas Museum (Ruang Penyimpanan Koleksi, Ruang Pameran dan Edukasi, Auditorium dan Kantor)
3. Pemandu *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII sangat responsif terhadap pertanyaan-pertanyaan dan kebutuhan pengunjung.
4. Program *Virtual Experience* berhasil menjaga eksistensi Museum Penerangan TMII Sebagai sarana Pembelajaran Masyarakat.
5. Museum Penerangan TMII berhasil melestarikan kebudayaan dan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui program *Virtual Experience* .

Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII yang nilainya lebih besar dari nilai rata-rata yaitu mengenai :

1. Sebagai tempat pelestarian, Museum Penerangan TMII baik dalam penyimpanan dan perawatan koleksi yang dimilikinya.
2. Pemandu *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII ramah dan tersenyum saat memberikan pelayanan pada pengunjung.
3. Program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII mengajak pengunjung untuk mencintai sejarah, budaya dan museum.
4. Pemandu *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII menguasai materi dan memiliki pengetahuan luas mengenai museum.
5. Pemandu *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII memberikan pelayanan dengan sopan dan santun.

Nilai rata-rata paling rendah dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII pada pernyataan mengenai “Program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII memiliki tampilan/*image* disain yang menarik.” Dengan nilai rata-rata sebesar 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan pada program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII baik. Sementara itu, nilai rata-rata yang paling tinggi dari tanggapan responden diatas ditunjukkan pada pernyataan mengenai “Pemandu *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII memberikan pelayanan dengan sopan dan santun.” dengan nilai rata-rata sebesar 4,36. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII sangat senang dengan pelayanan pemandu selama program berlangsung.

### **Analisis Kepuasan Pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII**

Untuk menganalisa kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII, peneliti menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan tentang factor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung yang dijawab oleh 100 responden yaitu pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII. Berikut adalah tanggapan responden terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, factor emosional, biaya dan kemudahan yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII.

#### **Kualitas Produk**

Produk adalah suatu barang, jasa atau gagasan yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang memenuhi ekspektasi standar kualitas pelanggan. Tentunya hal tersebut dapat terpenuhi dari beberapa factor seperti kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Pada dimensi kualitas produk indikator yang digunakan yaitu :

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil memberikan pengetahuan tentang sejarah dan peran penting komunikasi di Indonesia.
2. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil dalam mendukung kurikulum pembelajaran *New Normal*.

#### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah kondisi dan lokasi dari pemberian pelayanan. Pengunjung dapat menilai berdasarkan bukti dan pengalaman selama berinteraksi dengan perusahaan. Pada bidang jasa, kualitas dapat dipertahankan dengan memenuhi standar pelayanan. Pada dimensi kualitas pelayanan indikator yang digunakan yaitu :

1. Saya akan merekomendasikan program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.
2. Saya sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam program Virtual Experience Museum Penerangan TMII.

#### **Faktor Emosional**

Emosi pada dasarnya merupakan reaksi terhadap dorongan dari luar dan dalam diri individu. Emosi berkaitan dengan perubahan fisiologis dan berbagai pikiran. Emosi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, karena emosi dapat merupakan motivator perilaku manusia. Pada dimensi faktor emosional indikator yang digunakan yaitu :

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sama baik dengan pengalaman berkunjung langsung.
2. Saya berniat untuk berbagi pengalaman mengenai program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.

#### **Biaya dan Kemudahan**

Kemudahan merupakan factor penting agar pengunjung puas terhadap suatu pelayanan, kemudahan yang dimaksud disini adalah kemudahan akses bagi konsumen untuk menjangkau program Virtual Experience Museum Penerangan TMII, ditambah sarana dan prasarana pelayanan yang memadai serta mudah diakses oleh pengunjung dan

idealnya sudah memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika. Pada dimensi biaya dan kemudahan indikator yang digunakan yaitu :

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sangat mudah untuk diakses.
2. Koneksi program Virtual Experience Museum Penerangan TMII tetap terhubung dan lancar selama program berjalan.

Rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai Kepuasan Pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Rekapitulasi Kepuasan Pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan**

No	Kepuasan Pengunjung	STP	TP	CP	P	SP	Nilai Rata - Rata	Keterangan
		1	2	3	4	5		
<b>Kepuasan Pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII</b>								
1	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil memberikan pengetahuan tentang sejarah dan peran penting komunikasi di Indonesia.	1	6	11	42	40	4,14	<b>Puas</b>
2	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil dalam mendukung kurikulum pembelajaran <i>New Normal</i> .	3	3	19	43	32	3,98	<b>Puas</b>
3	Saya akan merekomendasikan program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.	1	4	16	45	34	4,07	<b>Puas</b>
4	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam program Virtual Experience Museum Penerangan TMII.	1	4	9	47	39	4,19	<b>Puas</b>
5	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sama baik dengan pengalaman berkunjung langsung.	2	5	21	40	32	3,95	<b>Puas</b>
6	Saya berniat untuk berbagi pengalaman mengenai program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.	1	5	18	54	22	3,91	<b>Puas</b>
7	Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sangat mudah untuk diakses.	2	3	11	49	35	4,12	<b>Puas</b>
8	Koneksi program Virtual Experience Museum Penerangan TMII tetap terhubung dan lancar selama program berjalan.	2	4	17	47	30	3,99	<b>Puas</b>
<b>Rerata</b>		<b>1,63</b>	<b>4,25</b>	<b>15,25</b>	<b>45,87</b>	<b>33</b>	<b>4,04</b>	<b>Puas</b>

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner (2021)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan atau pendapat responden mengenai kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII yaitu 1,63 persen berpendapat sangat tidak puas, sebanyak 4,25 persen berpendapat tidak puas, sebanyak 15,25 persen berpendapat cukup puas, sebanyak 45,87 persen berpendapat puas, dan 33 persen berpendapat sangat puas. Dengan demikian yang berpendapat puas dan sangat puas sebanyak 78,87 persen, dan yang berpendapat cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas sebanyak 21,13 persen dan yang berpendapat tidak puas dan sangat tidak puas sebanyak 5,88 persen.

Berdasarkan Tabel 6 juga dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII adalah 4,04. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII merasa puas terhadap pekeyanan yang diberikan oleh Museum Penerangan TMII selama program Virtual Experience berlangsung.

Tanggapan responden mengenai kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII yang nilainya lebih kecil dari nilai rata-rata yaitu mengenai :

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil dalam mendukung kurikulum pembelajaran *New Normal* dengan nilai rata-rata = 3,98.
2. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sama baik dengan pengalaman berkunjung langsung dengan nilai rata-rata = 3,95.
3. Saya berniat untuk berbagi pengalaman mengenai program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain dengan nilai rata-rata = 3,91.
4. Koneksi program Virtual Experience Museum Penerangan TMII tetap terhubung dan lancar selama program berjalan dengan nilai rata-rata = 3,99.

Tanggapan responden mengenai kepuasan pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII yang nilainya lebih besar dari nilai rata-rata yaitu:

1. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII berhasil memberikan pengetahuan tentang sejarah dan peran penting komunikasi di Indonesia.
2. Saya akan merekomendasikan program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.
3. Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam program Virtual Experience Museum Penerangan TMII.
4. Program Virtual Experience Museum Penerangan TMII sangat mudah untuk diakses.

Nilai rata-rata paling rendah dari tanggapan responden ditunjukkan pada pernyataan mengenai “Saya berniat untuk berbagi pengalaman mengenai program Virtual Experience Museum Penerangan TMII kepada orang lain.” dengan nilai rata-rata sebesar 3,91, dengan jumlah responden yang merasa puasa dan sangat puas sebanyak 76 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII akan berbagi pengalaman mengenai program ini. Sementara itu, nilai rata-rata paling tinggi dari tanggapan responden diatas ditunjukkan pada pernyataan mengenai “Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan dalam program Virtual Experience Museum Penerangan TMII.”, dengan nilai rata-rata sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Virtual Experience Museum Penerangan TMII tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan dan puas dengan program ini.

### Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII Terhadap Kepuasan Pengunjung

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII terhadap kepuasan pengunjung, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan melakukan pengujian terhadap koefisien regresi dengan cara membandingkan nilai *P-value* dengan nilai kesalahan yang bisa ditoleransi ( $\alpha$ ). Hasil pengolahan data dengan menggunakan program excel disajikan pada Tabel 7.

**Tabel 7. Hasil Olahan Regresi Linear Sederhana**

Regression Statistics					
	Multiple R				0,663
	R Square				0,440
	Adjusted R Square				0,434
	Standard Error				0,485
	Observations				100

  

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	18,187	18,187	77,141	,000
Residual	98	23,105	,235		
Total	99	41,293			

  

	Standard			
	Coefficients	Error	t Stat	P-value
Intercept	1,833	0,252	7,269	,000
Kualitas Pelayanan (x)	0,512	0,058	8,783	,000

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai intercept yaitu nilai konstanta (a) diperoleh sebesar 1,833. Nilai koefisien regresi (b) dari kualitas pelayanan sebesar 0,512 dengan nilai p-value untuk koefisien regresi = 0,000. Berdasarkan hasil tersebut dengan dengan nilai p-value untuk koefisien regresi = 0,000 menunjukkan H0 ditolak atau H1 diterima, artinya kualitas pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII (X) berpengaruh signifikan ( $\alpha = 1\%$ ) terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan TMII (Y). Persamaan regresi linear sederhana yaitu :

$$Y = 1,833 + 0,512 X$$

Koefisien regresi bernilai positif menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII maka kepuasan pengunjung semakin tinggi atau semakin puas. Nilai koefisien regresi dari kualitas pelayanan = 0,512 artinya jika penilaian dari kualitas pelayanan naik sebesar 1 maka kepuasan pengunjung Museum Penerangan TMII akan naik sebesar 0,512.

Berdasarkan hasil pengolahan data (Tabel 7) juga diperoleh nilai koefisien korelasi (r) (Multiple R) antara kualitas pelayanan Virtual Experience Museum Penerangan TMII (X) dengan kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,663 yang termasuk

dalam kategori sedang. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) = R Square sebesar 0,44 artinya besarnya nilai Kepuasan Pengunjung (Y) yang ditentukan (dipengaruhi) oleh Kualitas Pelayanan (X) sebesar 44 persen sedang sisanya sebesar 56 persen dipengaruhi oleh faktor lain yaitu selain kualitas pelayanan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapat pengunjung mengenai Kualitas pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII yaitu yaitu 2,7 persen berpendapat sangat tidak baik, 3,4 persen berpendapat tidak baik, 8,9 persen berpendapat cukup baik, 38,9 persen berpendapat baik, dan 46,1 persen berpendapat sangat baik dengan nilai rata-rata dari seluruh indikator 4,22 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori baik. Terdapat 5 indikator yang nilainya lebih kecil dari nilai rata-rata dan 5 indikator dengan nilai lebih besar dari nilai rata-rata.
2. Kepuasan pengunjung mengenai program *Virtual Experience* Museum Penerangan yaitu 1,63 persen berpendapat sangat tidak puas, 4,25 persen berpendapat tidak puas, 15,25 persen berpendapat cukup puas, 45,87 persen berpendapat puas, dan 33 persen berpendapat sangat puas dengan nilai rata-rata dari seluruh indikator 4,04 (nilai tertinggi = 5) termasuk kategori puas. Terdapat 4 indikator yang nilainya lebih kecil dari nilai rata-rata dan 4 indikator dengan nilai lebih besar dari nilai rata-rata.
3. Kualitas pelayanan *Virtual Experience* berpengaruh signifikan (*signifikan = 0,000*) terhadap kepuasan pengunjung Museum Penerangan TMII, dengan persamaan regresi  $Y = 1,833 + 0,512 X$ . Nilai Kepuasan Pengunjung (Y) yang ditentukan (dipengaruhi) oleh Kualitas Pelayanan (X) sebesar 44 persen sedang sisanya sebesar 56 persen dipengaruhi oleh faktor lain yaitu selain kualitas pelayanan.

Berdasarkan kesimpulan maka disarankan sebagai berikut:

1. Program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII sebaiknya tetap dilaksanakan walaupun sudah dalam keadaan tidak Pandemi Covid 19 karena program tersebut bisa diikuti oleh masyarakat dari berbagai daerah yang berada di seluruh Indonesia yang berada sangat Jauh dari Jakarta.
2. Kualitas Pelayanan *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII sebaiknya ditingkatkan secara terus menerus agar kepuasan pengunjung terus meningkat.
3. Museum Penerangan seyogyanya memberikan survei kepuasan pengunjung, dan menanyakan *feedback* mengenai pengalaman pengunjung program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII, agar museum mendapat masukan untuk terus meningkatkan mengembangkan kualitas program agar menjadi lebih baik.
4. Supaya pengunjung tertarik untuk berbagi informasi kepada teman-temannya, sebaiknya museum mengadakan kompetisi atau quiz pada akhir program *Virtual Experience* Museum Penerangan TMII. Hal ini dapat dilakukan dalam bentuk *video sharing* dengan tema berbagi pengalaman mengenai program, seperti misalnya menggunakan aplikasi Instagram, dan atau media sosial lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Barbieri, L., Bruno, F., & Muzzupappa, M. (2017). Virtual museum system evaluation through user studies. *Journal of Cultural Heritage*, 26, 101-108.
- International Council of Museums (2017) *ICOM Statutes, As amended and adopted by the Extraordinary General Assembly on 9th June 2017*. ICOM, Paris. [https://icom.museum/wpcontent/uploads/2018/07/2017\\_ICOM\\_Statutes\\_EN.pdf](https://icom.museum/wpcontent/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_EN.pdf) Diakses: 16 Agustus 2021.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. Laksana. Terjemahan Fajar.
- Kotler, P. Keller. (2012) *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Normasari, S. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Pemerintah Republik Indonesia (1995) *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1995 tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Bangunan Cagar Budaya (BCB)*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995, Nomor 35.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3). Sembiring, Inka Janita. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk loyalitas Pelanggan di McDonald's MT.Haryono Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 79, No 1.
- Tjiptono, F., & Pemasaran, S. (2015). Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa—prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiawati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Supermarket Di Kota Bandung. *Jurnal KELOLA: Jurnal Ilmu Sosial* Vol. 1 No. 1.