

## Pengaruh Produk Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga Bandung

Dava Albamah Hafidin<sup>1</sup>, Gilang Pratama Putra<sup>2</sup>, Irena Novarlia<sup>3</sup>

Program Studi Industri Pariwisata

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Sumedang

davabamah@upi.edu<sup>1</sup>, gilang.p.putra@upi.edu<sup>2</sup>, irenanovarlia@upi.edu<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of tourism products on visitor satisfaction at the Sri Baduga Museum Bandung. The tourism products analyzed include tourist attractions, tourist facilities, amenities, and accessibility. This study uses a quantitative approach with a survey method, where data is collected through questionnaires distributed to museum visitors. Respondents were randomly selected, and the data obtained were analyzed using a simple linear regression technique to see the relationship between the independent variable (tourism product) and the bound variable (visitor satisfaction). The results of the study show that all components of tourism products, namely tourist attractions, tourist facilities, amenities, and accessibility, have a significant effect on the satisfaction of visitors to the Sri Baduga Museum Bandung. Tourist attractions were found to be the most dominant factor in influencing visitor satisfaction, followed by facilities and accessibility. In addition, the results of the analysis also showed that the majority of visitors were satisfied with their experience at the museum, and this was reflected in their desire to visit again and their willingness to recommend the museum to friends and family. Based on these findings, it can be concluded that the quality of tourism products at the Sri Baduga Museum Bandung has an important role in increasing visitor satisfaction. Recommendations are given to museum managers to continue to improve the quality of attractions, facilities, and accessibility to maintain and increase visitor satisfaction. This research is expected to be a reference for the development of more effective tourism strategies in the future.*

**Keywords:** *Tourism Products, Visitor Satisfaction, Museums*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Sri Baduga Bandung. Produk wisata yang dianalisis meliputi atraksi wisata, fasilitas wisata, amenitas, dan aksesibilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengunjung museum. Responden dipilih secara acak, dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk melihat hubungan antara variabel bebas (produk wisata) dan variabel terikat (kepuasan pengunjung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua komponen produk wisata, yaitu atraksi wisata, fasilitas wisata, amenitas, dan aksesibilitas, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Museum Sri Baduga Bandung. Atraksi wisata ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung, diikuti oleh fasilitas dan aksesibilitas. Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa mayoritas

pengunjung merasa puas dengan pengalaman mereka di museum, dan hal ini tercermin dalam keinginan mereka untuk berkunjung kembali serta kesediaan untuk merekomendasikan museum kepada teman dan keluarga. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk wisata di Museum Sri Baduga Bandung memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Rekomendasi diberikan kepada pengelola museum untuk terus meningkatkan kualitas atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi pariwisata yang lebih efektif di masa mendatang.

**Kata kunci:** Produk Wisata, Kepuasan Pengunjung, Museum

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang terus berkembang. Dalam beberapa tahun terakhir, bidang ini menunjukkan peningkatan positif yang ditandai dengan banyaknya promosi pengembangan pariwisata di Indonesia (Anni Nurinsani, 2020). Hal ini juga didukung dengan data yang diperoleh dari (Badan Pusat Statistik, 2024) yang menyatakan bahwa secara kumulatif kunjungan wisatawan mancanegara dari Januari hingga Maret 2024 meningkat sebesar 25,43 persen dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan daya tarik Indonesia yang semakin besar sebagai tujuan wisata. Keanekaragaman budaya, adat istiadat, flora, dan fauna yang ada di ribuan pulau di seluruh Indonesia menjadikan negara ini memiliki potensi luar biasa untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata utama.

Di Indonesia terdapat banyak pilihan wisata yang beragam, mulai dari wisata budaya, alam, kuliner, belanja, pendidikan, hingga warisan. Di antara berbagai destinasi wisata tersebut menurut (Annisa Zain Al Ghifari, 2024) museum adalah salah satu tempat yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh pengetahuan dan wawasan, serta melindungi dan memanfaatkan koleksi untuk dikomunikasikan kepada masyarakat. Museum merupakan tempat di mana benda-benda yang berkaitan dengan sejarah, budaya, dan seni disimpan, dikumpulkan, dipelajari, diteliti, serta dipamerkan. Koleksi yang disimpan dan dipamerkan di museum dapat mencakup benda-benda langka, unik, atau penting yang memiliki nilai sejarah, budaya, atau seni. Museum menawarkan pengalaman yang mendidik dan menghibur bagi pengunjung sambil melestarikan warisan budaya dan sejarah suatu tempat. Saat ini, terdapat berbagai jenis museum pariwisata, termasuk museum seni, museum sejarah, museum ilmu pengetahuan, museum arkeologi, dan banyak lagi. Setiap museum memiliki fokus dan koleksi yang berbeda, memberikan pengunjung kesempatan untuk mempelajari berbagai aspek budaya, sejarah, dan seni.

Berdasarkan (Data Referensi Kemendikbudristek, 2024) statistik kebudayaan menunjukkan bahwa Indonesia memiliki total 442 museum yang tersebar di berbagai provinsi. DKI Jakarta salah satunya mencatat jumlah terbanyak dengan total 63 museum, diikuti oleh Jawa Tengah dan Jawa Timur, masing-masing dengan 63 dan 62 museum lalu Jawa Barat memiliki 39 museum. Jawa Barat memiliki beranekaragam

museum yang tersebar di beberapa daerah seperti yang terdapat di Kota Bandung, Kota Bogor, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Majalengka, Kabupaten Subang, Kabupaten Sumedang, Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Karawang dan Kabupaten Sukabumi. Museum yang tersebar di beberapa daerah tersebut memiliki keunikan masing-masing. Museum tersebut umumnya berisi semua peninggalan sejarah dan kebudayaan. Benda-benda peninggalan tersebut diinformasikan kepada masyarakat luas, agar mereka tahu, mengenal dan memahami serta menambah wawasan akan nilai-nilai sejarah dan kebudayaan dari sebuah daerah.

Beberapa museum di Kota Bandung terdapat ilmu dan pengetahuan yang disertai koleksi benda, hasil karya seni, dan penelitian ilmiah sehingga museum bisa dijadikan salah satu objek wisata sejarah dan pendidikan. Setiap museum yang ada di Kota Bandung memiliki karakteristiknya masing-masing sesuai dengan memiliki fokus dan koleksi yang berbeda, memberikan pengunjung kesempatan untuk mempelajari berbagai aspek budaya, sejarah, dan seni. Kota Bandung terdiri dari museum umum dan museum khusus.

Kota Bandung dengan keberagaman destinasi wisatanya yang kaya dan menarik telah menjadikannya salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia. Kota Bandung tidak hanya dikenal karena wisata alamnya, tetapi terdapat juga wisata minat khusus, wisata sejarah, wisata budaya dan wisata lainnya yang menarik (Ramdhani, 2017). Pada tahun 2024, Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bandung menunjukkan gambaran yang jelas tentang popularitas Kota Bandung sebagai tujuan wisata. Data tersebut mengungkapkan bahwa setiap tahunnya, kota ini terus menerima kunjungan yang signifikan dari wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Hal ini menandakan bahwa keberagaman destinasi wisata yang ditawarkan di kota Bandung berhasil menarik minat wisatawan dari berbagai latar belakang untuk menikmati segala yang ditawarkannya.

Salah satu potensi pariwisata di Kota Bandung adalah museum yang menyimpan banyak kisah, bukti sejarah, hasil penelitian ilmiah oleh para ilmuwan, dan karya seni dari para seniman. Museum-museum di Kota Bandung menyajikan pengetahuan ilmiah dan seni melalui koleksi benda, karya seni, dan penelitian ilmiah, menjadikannya destinasi wisata edukatif dan sejarah yang menarik bagi pengunjung. Museum Sri Baduga merupakan salah satu museum yang digemari wisatawan dan menawarkan alternatif wisata edukasi bagi semua kalangan. Koleksi Museum Sri Baduga mencakup fosil dan relief geologi yang menggambarkan formasi geologi alam, serta kerangka manusia, hewan, dan tumbuhan dalam koleksi biologi. Koleksi etnografi mencakup benda-benda yang berkaitan dengan identitas budaya dan etnis. Selain itu, terdapat koleksi arkeologi yang terdiri dari artefak prasejarah hingga modern, benda-benda historis sejak munculnya pengaruh Barat, koleksi numismatik berupa mata uang atau alat tukar, dan teks-teks kuno dalam koleksi filologi.

Produk wisata mencakup segala hal yang wisatawan alami, mulai dari persiapan perjalanan, pengalaman di destinasi wisata, hingga pengalaman setelah kembali ke tempat asal (Safitri, Ramdan, & Sunarya, 2020). Produk wisata yang menarik dan berkualitas memiliki kemampuan untuk menarik perhatian wisatawan dan mempengaruhi pengambilan keputusan mereka untuk mengunjungi suatu

destinasi tertentu. Namun, Museum Sri Baduga di Kota Bandung menghadapi tantangan dalam menarik minat pengunjung karena kurangnya produk wisata yang cukup menarik. Meskipun museum ini memiliki koleksi yang kaya akan sejarah, seni, dan pengetahuan ilmiah, seringkali presentasi dan pendekatannya cenderung konvensional atau tradisional. Hal ini dapat mempengaruhi pengalaman pengunjung yang mencari sesuatu yang lebih interaktif atau yang menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengunjung.

Kepuasan pengunjung, di sisi lain, ialah respons emosional terhadap fasilitas dan layanan yang diterima selama kunjungan mereka. Hal ini mencakup perbandingan antara harapan sebelum kunjungan dengan persepsi mereka terhadap kualitas yang mereka alami selama di museum. Ketika produk wisata, seperti yang ditawarkan oleh Museum Sri Baduga, kurang menarik atau tidak memenuhi harapan pengunjung, hal ini dapat berdampak negatif pada kepuasan mereka. Pengunjung mungkin merasa kurang terlibat atau tidak mendapatkan pengalaman yang memuaskan selama kunjungan mereka. Misalnya, koleksi yang disajikan mungkin tidak dijelaskan dengan baik atau tidak ditampilkan secara menarik, sehingga tidak memenuhi ekspektasi pengunjung dalam hal pendidikan, keunikan, atau keindahan. Penelitian oleh (Boby Dimas Parwoto, 2020) menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tercapai ketika pengalaman yang mereka dapatkan melebihi harapan awal mereka. Jika produk wisata yang ditawarkan tidak mampu memenuhi atau melebihi harapan pengunjung, ini bisa menyebabkan pengalaman yang kurang memuaskan, yang pada gilirannya dapat mengurangi kemungkinan kunjungan ulang dan merekomendasikan museum kepada orang lain.

Produk wisata yang berkualitas dan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengunjung adalah kunci utama untuk memastikan kepuasan mereka. Pengelolaan yang baik terhadap produk wisata di Museum Sri Baduga, mulai dari koleksi yang ditampilkan hingga fasilitas dan layanan yang diberikan, akan berkontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dan menarik lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi museum tersebut. Penelitian mengenai produk wisata dan kepuasan pengunjung di Museum Sri Baduga menjadi sangat penting untuk memberikan wawasan strategis dalam pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan dan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengangkat fokus pada pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun pendekatan yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena secara sistematis dengan menggunakan data berbasis angka dan statistik (Chaniago, Muharam, & Efawati, 2023)

## Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert. Data juga dikumpulkan melalui proses observasi dan wawancara.

## Teknik Analisis Data

Data yang telah didapatkan kemudian dilakukan analisis untuk menjawab hipotesis penelitian yang ada. Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji-f dan secara parsial menggunakan uji-t.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Museum Sri Baduga Bandung**

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
X.1	0,421	0,361	Valid
X.2	0,439	0,361	Valid
X.3	0,457	0,361	Valid
X.4	0,557	0,361	Valid
X.5	0,421	0,361	Valid
X.6	0,601	0,361	Valid
X.7	0,600	0,361	Valid
X.8	0,723	0,361	Valid
X.9	0,661	0,361	Valid
X.10	0,468	0,361	Valid
X.11	0,657	0,361	Valid
X.12	0,580	0,361	Valid
X.13	0,617	0,361	Valid
X.14	0,708	0,361	Valid
X.15	0,596	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 1, maka kuesioner mengenai variabel Produk Wisata yang terdiri dari 15 pernyataan yang terdiri dari atraksi, amenitas atau fasilitas, dan aksesibilitas dinyatakan valid semua karena total skor positif yaitu di atas nilai 0.361 ke arah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif. Hal ini mengartikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari wisatawan dinyatakan valid dan pernyataan yang diberikan kepada wisatawan sudah tepat untuk mengukur variabel fasilitas produk wisata.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung**

No	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,666	0,361	Valid

Y.2	0,721	0,361	Valid
Y.3	0,548	0,361	Valid
Y.4	0,703	0,361	Valid
Y.5	0,616	0,361	Valid
Y.6	0,704	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 2, maka kuesioner mengenai variabel kepuasan pengunjung yang terdiri dari 6 pernyataan dinyatakan valid semua karena total skor positif yaitu di atas nilai 0.361 ke arah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif. Hal ini mengartikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari wisatawan dinyatakan valid dan pernyataan yang diberikan kepada wisatawan sudah tepat untuk mengukur variabel kepuasan pengunjung.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai	Keterangan
Produk Wisata	0,836	0,7	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0,734	0,7	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel produk wisata (X1) dan kepuasan pengunjung (Y) memperoleh hasil lebih besar dari nilai kritis atau di atas 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel maka dari itu kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah memberikan hasil yang konsisten. Karena hasil uji validitas dan reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, maka kuesioner layak digunakan.

### Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72098928
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.131
	Positive	.106
	Negative	-.131
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.186 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai residual mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,186, sehingga dapat diartikan 0,186 (nilai signifikansi) > 0,05 (nilai  $\alpha$ ) dan hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal.

**Uji Linearitas**

**Tabel 5. Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pengunjung * Produk Wisata	Between Groups	(Combined)	955.208	28	34.115	4.409	.357
		Linearity	609.482	1	609.482	78.767	.001
		Deviation from Linearity	345.726	27	12.805	1.655	.468
	Within Groups		549.382	71	7.738		
	Total		1504.590	99			

Berdasarkan hasil uji linieritas (uji Anova Tabel) pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk nilai produk wisata tersebut adalah sebesar 0.001 < 0.05 dan nilai *sig deviation from linearity* data tersebut adalah sebesar 0.468 > 0.05. Jadi bahwasanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik. Maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Analisis Regresi Sederhana**

**Tabel 6. Koefisien Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.536	2.316		2.391	.019
	Produk Wisata	.309	.038	.636	8.169	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Pada Tabel 6, nilai constant adalah 5.536, sedangkan kualitas produk adalah 0.309, sehingga persamaan regersinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX \text{ atau } 5.536 + 0.309X$$

Hasil tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 5.536 menyatakan bahwa jika kualitas Produk Wisata

- nilainya adalah 0, maka Kepuasan Pengunjung nilainya sebesar 5.536.
- 2) Koefisien regresi X sebesar 0.309 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Produk Wisata, maka Kepuasan Pengunjung bertambah 0.309.

**Analisis Koefisien Korelasi**

**Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Korelasi**

<b>Correlations</b>			
		Produk Wisata	Kepuasan Pengunjung
Produk Wisata	Pearson Correlation	1	.636**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pengunjung	Pearson Correlation	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pada tabel 7 hasil analisis koefisien korelasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil jika dibandingkan dengan 0,05 jadi dapat disimpulkan nilai signifikansi < 0,05 maka antara variabel X dan variabel Y berkorelasi. Selanjutnya nilai *pearson correlation* yang diperoleh adalah 0,636, kembali ke pedoman derajat hubungan uji korelasi jika nilai *Pearson Correlation* 0,61 – 0,80 maka korelasi kuat. Berdasarkan nilai  $r_{hitung}$  pada tabel di atas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  0,636 sedangkan nilai  $r_{tabel}$  0,196, jadi  $r_{hitung} (0,636) > r_{tabel} (0,196)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga berdasarkan analisis koefisien korelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Produk Wisata dan Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung.

**Uji T**

**Tabel 8. Hasil Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.536	2.316		2.391	.019
	Produk Wisata	.309	.038	.636	8.169	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%,  $df = 97$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Produk Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 8,169 dan nilai  $p$ -

value (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $8,169 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya bahwa variabel Produk Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung.

## Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 <sup>a</sup>	.605	.599	3.022
a. Predictors: (Constant), Produk Wisata				

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil *R square* sebesar 0,605 atau dipersenkan menjadi 60,5% yang berarti bahwa variabel produk wisata mempengaruhi kepuasan berkunjung sebesar 60,5% dan sisanya yaitu 39,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

Hasil dari beberapa analisis mengenai pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Museum Sri Baduga Bandung, uji normalitas menunjukkan hasil yang memuaskan dengan nilai signifikansi sebesar 0,186, yang berarti data tersebut menunjukkan kepuasan pengunjung terdistribusi normal dan memenuhi asumsi uji regresi linear. Selain itu, hasil uji linieritas mengindikasikan adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel bebas atau produk wisata dan variabel terikat atau kepuasan pengunjung. Dengan demikian, analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh produk wisata terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Temuan ini mengonfirmasi bahwa terdapat hubungan langsung yang positif antara kualitas produk wisata yang ditawarkan dan kepuasan pengunjung, yang memberikan dasar bagi pengelola museum untuk meningkatkan aspek-aspek tertentu dari produk wisata guna meningkatkan pengalaman pengunjung.

Berdasarkan hasil uji normalitas nilai residual mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,186, sehingga dapat diartikan  $0,186 > 0,05$  dan hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal. Hasil uji linieritas (uji Anova) menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk produk wisata adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai *sig deviation from linearity* data tersebut adalah sebesar  $0,468 > 0,05$ . Jadi bahwasanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik. Maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dari hasil uji regresi linear sederhana produk wisata dengan kepuasan pengunjung didapatkan koefisien regresi  $5,536 + 0,309X$ . Berdasarkan dari nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Produk Wisata ( $X$ ) =  $8,169$  ( $t_{hitung}$ )  $> 1,985$  ( $t_{tabel}$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Produk Wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung. Dapat

disimpulkan bahwa Produk Wisata merupakan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengunjung dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,605 yang menunjukkan bahwa hubungan Fasilitas memberikan pengaruh sebesar 60,5% terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung, sedangkan sebesar 39,55% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Hadi (2019), Xaverius et al. (2022), Sudaryoto (2020), Safitri et.al (2020) dan penelitian dari Wahyudi & Suryawardani (2019) yang menyatakan bahwa Produk Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sri Baduga di Bandung. Hal ini menunjukkan dengan produk wisata yang ditawarkan sudah baik serta dapat berdampak pada peningkatan kepuasan pengunjung untuk berwisata di Museum Sri Baduga Bandung. Produk wisata di Museum Sri Baduga di Bandung, yang mencakup kualitas pameran, fasilitas, pelayanan, aktivitas edukasi, dan harga tiket, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas dan keragaman pameran, termasuk artefak dan teknologi interaktif, memberikan pengalaman yang kaya dan mendalam. Fasilitas yang nyaman, seperti tempat duduk dan aksesibilitas, serta pelayanan yang ramah dan informatif, menambah kenyamanan pengunjung. Selain itu, program edukasi, seperti tur berpemandu dan *workshop*, menawarkan nilai tambah, terutama bagi mereka yang ingin belajar lebih dalam. Harga tiket yang sepadan dengan kualitas layanan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Jika aspek-aspek ini dikelola dengan baik, Museum Sri Baduga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Museum Sri Baduga Bandung, maka dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan produk wisata terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, apabila kualitas dari produk wisata semakin baik, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang didapatkan oleh pengunjung. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat dibuktikan pula bahwa terdapat pengaruh antara produk wisata terhadap kepuasan pengunjung dengan melihat hasil koefisien determinasi. Penelitian ini menunjukkan produk wisata yang terdiri dari atraksi wisata, fasilitas wisata, dan aksesibilitas berkorelasi positif terhadap kepuasan pengunjung Museum Sri Baduga Bandung. Sehingga, jika produk wisata mengalami peningkatan maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

## SARAN

Rekomendasi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya dapat mengkaji faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pengunjung, seperti pengalaman digital, interaksi sosial selama kunjungan, atau dampak promosi media sosial terhadap kunjungan. Lain dari itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan studi

komparatif dengan museum lain untuk memahami bagaimana Museum Sri Baduga dibandingkan dengan museum serupa dalam hal kepuasan pengunjung, fasilitas, dan aksesibilitas.

- 2) Rekomendasi untuk pengelola museum yaitu terus tingkatkan fasilitas, terutama yang berkaitan dengan kebersihan toilet, kenyamanan mushola, dan tanda petunjuk yang lebih jelas untuk memastikan pengalaman pengunjung tetap optimal. Di samping itu, pengelola juga dapat menciptakan inovasi baru dalam hal atraksi wisata secara berkala guna menjaga daya tarik museum.
- 3) Rekomendasi untuk akademisi yaitu diharapkan dapat mengembangkan teori dan konsep baru terkait produk wisata dan kepuasan pengunjung, khususnya dalam konteks museum. Akademisi juga disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang mencakup lebih banyak variabel yang belum dibahas dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Z., Suprpto, H., & Sudaryoto. (2020). Pengaruh fasilitas dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). In *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* (Vol. 17, Issue 2). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/32470>
- Aulia, N. (2017). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Produk Wisata di Ngaprak River Adventure. *Analisis Kepuasan Pengunjung Wisatawan*, 10-51.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kunjungan wisatawan mancanegara pada April 2024 mencapai 1,07 juta kunjungan, naik 23,23 persen Year-on-Year (Y-on-Y)*. <https://www.bps.go.id/Id/Pressrelease/2024/05/02/2350/Perkembangan-Pariwisata-Maret-2024.html>.
- Chaniago, H., Muharam, H., & Efawati, Y. (2023). Metode riset bisnis dan permodelan. Bandung: edukasi riset digital pt.
- Dewi, K. (2019). *Pengaruh produk wisata dan kebijakan harga terhadap minat kunjungan wisatawan*. 17(2). <https://doi.org/10.36276/mws/v17i2>
- Firmansyah, F. M., & Nasution, Z. F. (2020). Indeks kepuasan publik bidang pariwisata dan strategi pengembangan pariwisata di wilayah priangan timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1, No.2.
- Hapsari, N. R., Lubis, N., & Widiartatnto. (n.d.). *Pengaruh atribut produk wisata dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata umbul sidomukti kabupaten semarang*. <http://jateng.tribunnews.com>
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2020). Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 100. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.129>

- Jayadi, K. E., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik dan motivasi wisatawan berkunjung ke pantai green bowl, ungasan, kuta selatan, bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17.
- Kalalo, S. N., Moniharapon, S., & Arie, F. V. (n.d.). Pengaruh produk wisata, persepsi harga dan electronic word of mouth terhadap keputusan berkunjung di camp james remboken the influence of tourism products, price perceptions and electronic word of mouth on visiting decision in camp james remboken. In *382 jurnal emba* (vol. 10).
- Krisnadi, A. R., & Natalia, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang. In *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* (Vol. 2, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Lastari, R. T. (2024). Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran. *Pengaruh Kompetensi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bimbingan Belajar SEMPOA SIP Palembang*, 4. Retrieved from
- Permadi, A. L., Septiani, E., & Darwini, S. (2021). Potensi pengembangan wisata di kota mataram berdasarkan persepsi dan preferensi wisatawan. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 07. N0.2.
- Prasetya, O. A. (2019). Pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di tamansari goa sunyaragi. *Open Journal Systems*, 13(11). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>
- Ramdahan, I. B. (2014). Pengaruh Baruan Pemasaran Terhadap Museum Sri Baduga Bandung. *Survey Terhadap Pengunjung Museum Sri Baduga Bandung*, 10-40.
- Ramdhani. (2017, 08 30). *Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Produk Wisata Di Museum Mandala Wangsit Siliwangi Kota Bandung*. Retrieved from Semantic Scholar: [https://www.semanticscholar.org/paper/analisis-kepuasan-pengunjung-terhadap-produk-wisata-Ramdhani/95b1b8453863fe626cfc6818d6c57aa357150f43?utm\\_source=direct\\_link](https://www.semanticscholar.org/paper/analisis-kepuasan-pengunjung-terhadap-produk-wisata-Ramdhani/95b1b8453863fe626cfc6818d6c57aa357150f43?utm_source=direct_link)
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Simanjuntak, W. O. R., Emrizal, E., & Darmawan, R. (2023). Perencanaan dan pengembangan produk wisata berbasis karakteristik wisatawan. *Jurnal darma agung*, 31(3), 302. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v31i3.3436>
- Sugiyono. (2021). *Qualitative Quantitative Research Methods and R & D (Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D: in Indonesia)*. Bandung : Alfabeta
- Suwarsito, & Aliya, S. (2020). Kualitas layanan dan kepuasan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 2, No.1.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 1 (2025) 160 – 172 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v7i1.5035

- Wibiksana, F. X., Estikowati, E., & Alvianna, S. (2022). Pengaruh Produk Wisata, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 507–514. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i4.568>
- Zaini, A. A. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen “warung bek mu 2” banjaranyar paciran lamongan)*. 02, no.02. <https://doi.org/10.55352>
- Zulhilmi, M. F. (2015). Analisis produk wisata terhadap kepuasan pengunjung museum perjuangan rakyat jawa barat di bandung. *Analisis produk wisata terhadap kepuasan pengunjung*, 15-45.