



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat *Internasional Wildlife Museum And Gallery*

Adinda Yulvira<sup>1</sup>, Djames Siahaan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

<sup>1</sup>[yulviraadinda@gmail.com](mailto:yulviraadinda@gmail.com)\*, <sup>2</sup>[djamessiahaan@polmed.ac.id](mailto:djamessiahaan@polmed.ac.id)

### Abstrak

Minat Berkunjung Kembali sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dua faktor yang dapat berperan dalam memengaruhi minat berkunjung kembali tersebut adalah Kualitas Pelayanan dan Harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali pada Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah adanya keluhan pengunjung terkait pelayanan yang kurang responsif serta harga tiket masuk yang dianggap tidak sebanding dengan fasilitas yang disediakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t, uji F, dan uji analisis koefisien determinasi R). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda menggunakan program data SPSS 26 dengan jumlah responden sebanyak 99,99 responden, agar data yang diperoleh lebih akurat maka jumlah sampel ditetapkan menjadi 100. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,544 dan nilai signifikansi 0,003. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,257 dan nilai signifikansi 0,01. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung kembali. Kualitas Pelayanan dan Harga mampu menjelaskan sebesar 66,1% pengaruh yang terjadi pada variabel Minat Berkunjung kembali sedangkan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Harga, Minat Berkunjung Kembali*

### 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah atau budaya. Indonesia juga dikenal dengan potensi pariwisata yang beraneka macam, baik kebudayaan dan sejarahnya. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, dan peninggalan purbakala. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah. Pariwisata juga dapat menumbuhkembangkan pengetahuan bagi pengunjung atau masyarakat.

Sumatera Utara merupakan sebuah provinsi yang memiliki sejumlah obyek wisata yang unik, baik wisata alam maupun budaya. Kota Medan sendiri sebagai gerbang ke berbagai tujuan wisata di Sumatera Utara, memiliki sejumlah obyek wisata salah satunya museum yang merupakan wisata sejarah yang wajib dikunjungi.

Museum adalah tempat penyimpanan berbagai barang masa lalu yang masih ada sampai saat ini. Setiap benda masa lalu memiliki kisah, nilai, dan makna. Setiap benda tersebut bukan hanya benda yang tidak bergerak. (woodward, 2007).

Museum adalah bagian dari tempat rekreasi dan budaya yang sangat dicari oleh pengunjung untuk mendapatkan pengalaman yang mendalam (Komarac, 2014). Museum memungkinkan komunikasi, konservasi, dan penelitian benda bersejarah (Irdana dkk, 2018). Museum juga berfungsi sebagai pusat informasi yang berkontribusi pada pengembangan pendidikan dan kebudayaan nasional hingga saat ini, beberapa museum di Medan masih dapat dikunjungi oleh publik. Hal ini menyebabkan persaingan yang tidak dapat dihindari diantara museum; pengelola mencoba menghentikan persaingan ini. Untuk memastikan bahwa Rahmat *Internasional Wildlife and Gallery Museum* mencapai visinya, pemasaran sangat penting dilakukan. Jika museum memiliki tujuan yang menyangkut khalayak umum, segmentasi sangat membantu dalam pemasaran. Meskipun museum seharusnya dapat menjangkau semua orang, kebijakan programnya harus dibuat dengan fokus pada sasaran tertentu.

Pembagian pengunjung *museum* menjadi berbagai kriteria adalah cara yang logis untuk memastikan bahwa semua upaya dan daya yang dilakukan oleh museum terfokus dan terarah (Saifuddin, 2020).

Museum mengumpulkan dan merawat benda-benda ilmu pengetahuan alam, benda-benda seni, dan benda-benda yang memiliki sejarah penting agar tampak bernilai dan untuk dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen dan temporer. Museum besar terletak di kota besar dan museum lokal berada di kota kecil. Kebanyakan museum menawarkan program dan kegiatan yang menjangkau seluruh pengunjung, termasuk orang dewasa, anak-anak, seluruh keluarga, dan tingkat profesi lainnya. Program untuk umum terdiri dari perkuliahan atau pelatihan dengan staf pengajar, orang-orang yang ahli, dengan film, musik atau pertunjukkan tarian, dan demonstrasi dengan teknologi.

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

Museum dapat menjadi bahan studi oleh kalangan akademis, pemikiran imajinatif pada masa depan, dan dokumentasi kekhasan masyarakat tertentu. Pertama kali museum adalah sebagai tempat untuk menyimpan koleksi milik pribadi, keluarga atau intuisi karya. Berbagai benda yang disimpan adalah karya seni milik sendiri dan berbagai benda yang langka, kumpulan benda alam dan arkeologi. Pengembangan pariwisata di Kota Medan mengalami kemajuan yang pesat dari tahun ke tahun. Kota Medan memiliki objek wisata dalam bentuk galeri yang dapat dikembangkan dan dilestarikan yang memusatkan diri pada alam dan lingkungannya seperti Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery*. Museum yang terletak di Jalan Letjen S.Parman No.309 Medan. Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* merupakan destinasi yang harus dikunjungi oleh wisatawan karena Museum ini merupakan tempat yang unik yang memberikan wisata edukasi kepada pengunjung. Museum ini mempunyai fungsi sebagai tempat melihat koleksi hewan-hewan yang telah diawetkan. Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* yang dibangun oleh Dr. Rahmat Shah. Rahmat *International Wildlife Museum and Gallery* juga merupakan satu-satunya museum dan galeri terbesar yang ada di Asia. Sarana Pendidikan khususnya pengenalan beragam hewan atau satwa di dunia yang merupakan hasil berburu konservasi International dan sebagai salah satu Museum berkelas Asia yang berada di Kota Medan, sehingga museum tersebut menjadikan objek wisata buatan manusia yang dapat menarik wisatawan lokal maupun internasional untuk berkunjung ke Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery*.

Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* memiliki bangunan yang megah, museum yang tertata dengan baik, berbagai koleksi yang beragam, memiliki fasilitas yang lengkap seperti *Cafe*, *Musholla*, AC, *Souvenir*, Lift, CCTV, *Photobooth*, *Toilet*, *Ballroom*, dan lahan parkir. Kualitas pelayanan yang sangat baik karena petugas museum yang sangat ramah seperti satpam, guide dan penjaga gate. Lokasi tempat yang strategis dan mudah diakses dari berbagai jenis kendaraan. Museum yang bertaraf International karena masuk *World Record Book* serta banyak menerima penghargaan lingkungan hidup nasional dan International lainnya.

Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* sangat berperan penting dalam dunia pariwisata, sebagai sumber Pendidikan, media hiburan dan pusat dokumentasi bagi wisatawan yang berkunjung. Museum yang memiliki warisan nilai-nilai budaya dan sejarah bagi generasi yang akan datang. Museum yang dapat dikunjungi oleh berbagai kalangan bawah, menengah hingga teratas dan dapat dikunjungi dari berbagai usia.

Di gallery itu, pengunjung bisa melihat koleksi berbagai jenis satwa yang sudah diawetkan. Satwa yang diawetkan itu merupakan satwa yang sudah mati dari berbagai taman hewan dan kebun binatang, hasil buruan yang sudah dilegalkan, pembelian secara legal dari berbagai negara dan pemberian dari teman-teman dan sumbangan dari berbagai kalangan. Untuk lebih memanjakan pengunjungnya, di gallery itu juga terdapat koleksi foto atlet Internasional beserta tanda tangannya. Jersey pemain sepakbola dunia yang juga ditandatangani seperti Ronaldo, Pele, Neymar. Selain itu, ada juga koleksi piringan hitam lagu dari musisi internasional seperti Michael Jackson, Elvis Presley dan lain-lain. Kemudian sarung tinju beserta tanda tangan Muhammad Ali dan Mike Tyson dan koleksi para legenda dunia lainnya. Rahmat *International Wildlife Museum and Gallery* merupakan salah satu destinasi wisata kota yang bisa dikunjungi, baik wisatawan lokal dan asing.

Dalam kaitannya dengan fungsinya yang melayani masyarakat, maka salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah mengenai kualitas pelayanan dan harga tiket dari museum tersebut sekaligus kepuasan para pengunjungnya. Oleh karena itu, atas dasar fungsi tersebut dibuatlah penelitian ini yang diharapkan dapat menjadi salah satu acuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga tiket Rahmat *International Wildlife Museum and Gallery* serta pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali para pengunjungnya.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen, terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pengunjung serta keinginan untuk melakukan kunjungan (*re-visiting*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan dan jumlah pengunjung. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery* dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya (Pokhrel, 2024).

Pihak pengelola harus menyadari bahwa untuk meningkatkan minat berkunjung kembali merupakan tugas yang cukup sulit dilihat dari perubahan jumlah pengunjung museum dalam 3 tahun terakhir seperti yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Museum 2022-2024

Bulan	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
Januari	2.786	5.052	3.944
Februari	3.349	8.901	5.503
Maret	2.205	5.424	2.631
April	1.359	2.367	2.710
Mei	4.503	5.545	4.720
Juni	4.002	4.031	2.449
Juli	2.774	2.230	1.947
Agustus	1.546	1.348	1.182
September	4.806	2.956	2.553
Oktober	7.529	5.362	5.562
November	9.544	5.888	4.375
Desember	7.666	6.023	5.797

Sumber : Data Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*,2025

Berdasarkan data yang penulis ambil langsung dari lokasi penelitian, terjadi penurunan pengunjung dari 3 tahun terakhir mempengaruhi pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang terjadi pada Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery* yang menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam terhadap penyebab dan dampaknya. Pengelola Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery* di kota Medan harus selalu berusaha untuk memberikan layanan sebaik mungkin agar pengunjung puas berkunjung ke Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*. Kualitas pelayanan yang baik berdampak pada minat pengunjung untuk ke Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*, karena peningkatan layanan dapat meningkatkan minat berkunjung. Kompleksitas konsep yang berkaitan dengan berbagai aspek di Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*, beberapa aspek termasuk hiburan, pentingnya pengalaman berkunjung dan minat berkunjung.

Berikut tabel daftar harga tiket masuk pada Rahmat *International Wildlife Museum & Gallery*:

Tabel 2. Daftar harga tiket masuk Museum

No.	Kategori	Harga	Ketentuan
1.	Umum	75.000	Warga mjkJ68Negara Indonesia
2.	Pelajar	30.000	Minimal 25 siswa, tidak berlaku dihari minggu dan hari libur
3.	Tourist	150.000	Warga Negara Asing

Sumber: Rahmat *Internasional Wildlife Museum & Gallery*,2025

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengunjung untuk datang. Harga merupakan salah satu faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan. Harga merupakan faktor penting dalam penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian pengunjung agar pengunjung dapat mengunjungi museum tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery* di tahun 2024.

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery yang beralamat di Jalan Letjen S. Parman No. 309, Petisah Hulu, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada saat penelitian dilakukan mulai bulan Mei sampai Juli 2025. . Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang melakukan kunjungan ke Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery Populasi mengacu pada data tingkat kunjungan terbaru yang diperoleh, yaitu pada tahun 2024, yaitu sekitar 41.673 orang dengan rata-rata kunjungan perbulan sekitar 3.472 orang. Pentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{41.673}{1 + 41.673(10\%)^2}$$

$$N = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non Probability Sampling, dengan teknik random sampling. Responden yang akan dijadikan sebagai sampel dari penelitian ini adalah pengunjung Rahmat *Internasional Wildlife Museum and Gallery*. Sumber data dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) kemudian data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji Kualitas Data

#### a) Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

N0	Pernyataan	Koefisien korelasi (rhitung)	Nilai Sig(2-tailed)>rtabel	Keterangan
1	Fasilitas fisik museum seperti gedung dan area parkir terlihat bersih dan terawat.	0,619	0,361	Valid
2	Petugas menggunakan seragam yang rapi dan profesional.	0,667	0,361	Valid
3	Dekorasi museum ruangan menarik	0,807	0,361	Valid
4	Pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan dari pegawai museum	0,683	0,361	Valid
5	Pegawai museum selalu sedia dengan memberikan informasi terhadap pengunjung	0,704	0,361	Valid
6	Proses pembelian tiket berjalan lancar dan sesuai prosedur	0,768	0,361	Valid
7	Petugas memberikan informasi sesuai fakta dan konsisten	0,743	0,361	Valid
8	Museum beroperasi sesuai jam yang telah ditentukan dibandingkan dengan event sejenis lainnya.	0,767	0,361	Valid
9	Pegawai museum selalu ada ketika dibutuhkan	0,691	0,361	Valid
10	Petugas mampu memberikan penjelasan dengan baik.	0,653	0,361	Valid
11	Petugas menunjukkan sikap sopan dan profesional.	0,752	0,361	Valid
12	Saya merasa aman selama berada di dalam area museum.	0,682	0,361	Valid
13	Petugas memberikan perhatian yang tulus kepada pengunjung.	0,788	0,361	Valid
14	Petugas memahami kebutuhan dan keinginan pengunjung.	0,724	0,361	Valid
15	Petugas bersedia melayani dengan ramah dan personal.	0,693	0,361	Valid

Sumber:Data diolah SPSS 2025

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

NO	Pernyataan	Koefisien korelasi (rhitung)	Nilai Sig (2 – tailed)>r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Harga tiket masuk museum sesuai dengan kemampuan saya	0,816	0,361	Valid
2	Harga yang ditawarkan sebanding dengan pengalaman yang saya dapatkan.	0,760	0,361	Valid
3	Saya merasa harga tiket museum tidak terlalu mahal.	0,830	0,361	Valid
4	Harga tiket sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	0,723	0,361	Valid
5	Harga tiket sebanding dengan fasilitas yang tersedia.	0,664	0,361	Valid
6	Harga tiket masuk museum menggambarkan kualitas jasa yang diberikan pihak museum.	0,816	0,361	Valid
7	Harga tiket masuk museum cukup bersaing	0,790	0,361	Valid
8	Harga tiket masuk museum bersaing dengan pengelolaan objek wisata lainnya	0,787	0,361	Valid
9	Harga museum ini memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan tempat wisata lain.	0,826	0,361	Valid
10	Saya merasa tertarik berkunjung karena adanya potongan harga dari pihak museum.	0,753	0,361	Valid
11	Potongan harga yang ditawarkan oleh museum tergolong menarik dan menguntungkan.	0,755	0,361	Valid
12	Potongan harga yang diberikan sesuai dengan kualitas layanan dan fasilitas yang saya terima.	0,744	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 1 dan tabel 2 diatas, menyatakan bahwa item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dapat dinyatakan valid dikarenakan seluruh item pernyataan memiliki rhitung >r<sub>tabel</sub> sebesar 0,3061. Oleh karena itu, keseluruhan item pernyataan dalam kuisisioner penelitian dapat digunakan.

### b) Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah item pernyataan	Nilai Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang diisyaratkan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	12	0,931	>0,60	Reliable
Harga	12	0,937	>0,60	Reliable
Minat Berkunjung Kembali	12	0,916	>0,60	Reliable

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3 diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Minat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* yang cukup besar, yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel dari kuesioner penelitian ini adalah reliabel, artinya kuesioner penelitian ini merupakan kuesioner yang handal dan dapat dipercaya.

### 3.2 Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov Test*:

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.35885501
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.054
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.649

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9250>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

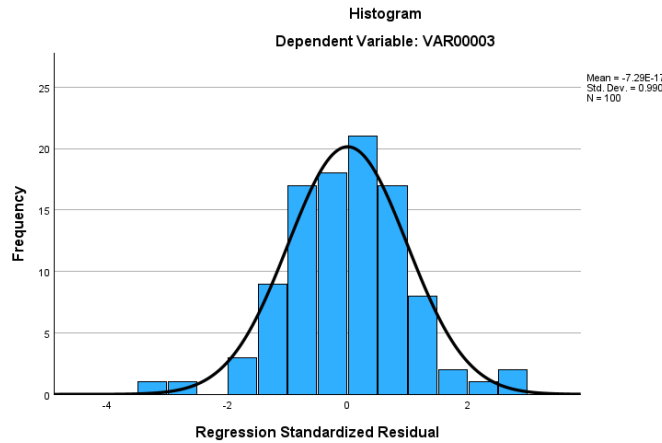
99% Confidence Interval	Lower Bound	.636
	Upper Bound	.661

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal.

**Uji Analisis Grafik histogram**

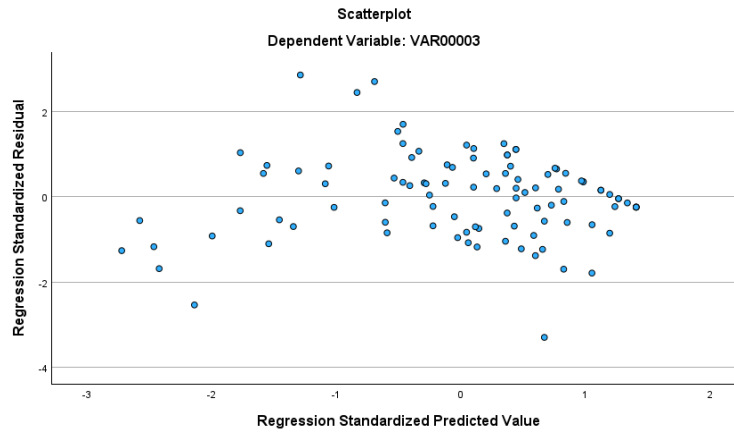


Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa histogram menunjukkan pola distribusi yang normal dengan bentuk lonceng, tanpa kemiringan ke kiri atau ke kanan, menandakan puncaknya berada di titik nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel – variabel dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

**b) Uji Heteroskedastisitas**



Gambar 2. Scatterplot hasil uji heteroskedasitas

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan gambar 2 diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran titik data terjadi secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

**c) Uji Multikolinearitas**

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.513		2.368	.020			
	Std. Error						
	3.595						

Kualitas Pelayanan	.264	.074	.387	3.544	.001	.288	3.473
Harga	.437	.103	.464	4.257	.001	.288	3.473

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diperoleh data sebagai berikut:

- Pada variable Kualitas Pelayanan diperoleh nilai *tolerance* sebesar  $0,288 > 0,1$  dan VIF nya sebesar  $3,473 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa pada variable Kualitas Pelayanan tidak terjadi multikolinearitas.
- Pada variable Harga diperoleh nilai *tolerance* sebesar  $0,288 > 0,1$  dan VIF nya sebesar  $3,473 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa pada variable Harga tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.513	3.595		2.368	.020		
	Kualitas Pelayanan	.264	.074	.387	3.544	.001	.288	3.473
	Harga	.437	.103	.464	4.257	.001	.288	3.473

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 6 diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,513 + 0,264 X_1 + 0,437 X_2$$

Dari persamaan regresi linear diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 8.513 merupakan konstanta saat variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) belum dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ).
- Koefisien regresi variabel dari Kualitas Pelayanan memiliki nilai  $\beta_1$  sebesar 0,264 dan memiliki nilai positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Hal tersebut diartikan bahwa jika terjadi kenaikan pada Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Perhatian) maka variabel Minat Berkunjung akan naik sebesar 0,264.
- Koefisien regresi variabel dari Harga memiliki nilai  $\beta_2$  sebesar 0,437 dan memiliki nilai positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Hal tersebut diartikan bahwa jika terjadi kenaikan pada Harga (Keterjangkauan harga, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat) maka variabel Minat Berkunjung Kembali akan naik sebesar 0,437.

Dari hasil regresi linear berganda diatas menunjukkan variable bebas yaitu Kualiatas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap variable terikat yaitu Minat Berkunjung Kembali. Setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti oleh kenaikan yang terjadi pada variabel terikat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali pada *Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery* adalah variabel Harga dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,437.

### 3.4. Uji Hipotesis

#### a) Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.513	3.595		2.368	.020
	Kualitas Pelayanan	.264	.074	.387	3.544	.001
	Harga	.437	.103	.464	4.257	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data diolah SPSS 2025

- Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 3.544 lebih besar dari 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Dengan demikian, disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_{01}$ ) ditolak dan ( $H_{a1}$ ) diterima.

2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel diatas diketahui bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai thitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 4,257 lebih besar dari 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Dengan demikian, disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_{02}$ ) ditolak dan ( $H_{a2}$ ) diterima.

#### b) Uji F (Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji Simultan F (Uji F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3782.078	2	1891.039	97.520	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1880.962	97	19.391		
	Total	5663.040	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 8 diatas, nilai Fhitung sebesar 97.520 lebih besar daripada Ftabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,001. Nilai signifikansi untuk pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai Fhitung sebesar  $97.520 > Ftabel$  sebesar 3,09. Hal ini berarti bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Dengan demikian, disimpulkan bahwa hipotesis keempat ( $H_{03}$ ) ditolak dan ( $H_{a3}$ ) diterima.

#### c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.8174 <sup>a</sup>	.668	.661	4.404

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 9 diatas, besarnya nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R square* menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) memiliki hubungan sebesar 0,661 yang berarti 66,1%. Nilai  $R^2$  sebesar 66,1%, berarti variasi dari minat berkunjung yang dapat dijelaskan oleh perubahan kualitas pelayanan dan harga adalah sebesar 66,1%, sedangkan sisanya 33,9% adalah kontribusi dari variable lain seperti aksesibilitas, fasilitas, venue, promosi dan lain-lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum And Gallery

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Rahmat Internasional Wildlife Museum And Gallery, bila dilihat dari nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  ( $3,544 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi , 0,05 (  $0,001 < 0,05$  ) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggara Budi, Sumiyarsih (2024) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik wisata, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Pada Desa Wisata di Kawasan Balkondes Borobudur)” yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

#### Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum And Gallery

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Harga memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Rahmat Internasional Wildlife Museum And Gallery, bila dilihat dari nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  ( $4.257 > 1,984$  ) dan nilai signifikansi , 0,05 ( $0,01 < 0,05$  ) yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9250>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohamad Rizal, dkk (2021) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan” yang menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Hal itu juga didukung oleh hasil analisis deskriptif, dimana mayoritas responden menjawab Sangat Setuju (SS) rata-rata sebesar 44 persen. Demikian juga jika ditelusuri berdasarkan item pernyataan terbukti bahwa pernyataan 6 yaitu “Harga tiket masuk museum menggambarkan kualitas jasa yang diberikan pihak museum” memiliki persentase tertinggi yaitu 56 persen” adalah faktor yang terpenting dalam hal harga.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum And Gallery**

Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan atau serempak bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Dari hasil analisis data  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $97.520 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi 001. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery. Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan tujuan melihat besarnya hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali, maka ditunjukkan dengan nilai koefisien Determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,661. Dari jumlah nilai tersebut, Kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery yaitu sebesar 66,1%, sisanya sebesar 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya maka Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery. Hal itu dibuktikan oleh mayoritas responden menjawab Sangat Setuju (SS). Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery. Hal itu dibuktikan oleh mayoritas responden menjawab Sangat Setuju (SS) Variabel Harga lebih berpengaruh dibanding variabel Kualitas Pelayanan dengan koefisien regresi masing-masing. Variasi dari Minat Berkunjung Kembali pada Rahmat Internasional Wildlife Museum and Gallery yang dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga adalah sebesar 66,1% dan sisanya 33,9% adalah kontribusi dari variabel lain seperti fasilitas, venue, promosi dan lain-lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

#### **Reference**

- Abdul Ghani Jamora Nasution, Agilia Febriani, Nadia Syafitri, & Pramudia Ananda. (2023). Arsitektur Bangunan Istana Maimun Telaah Sejarah Dan Ornamen. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(1), 01–09. <https://doi.org/10.59031/Jkppk.V1i1.55>
- D. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/Fokus.V16i1.136>
- Etikasari, E., & Rambe, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Medan Dalam Pengembangan Pariwisata Istana Maimun. *An-Nadwah*, 28(2), 46–50. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/13910>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid I). Jakarta: Erlangga.
- Manajemen, J. J., Oktober, N., Kualitas, P., Kembali, B., Putra, R. M., Oktapiani, S. D., & Herawati, S. (2024). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*. 9(2), 1035–1043. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V9i2.2016>
- Meithina Indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Napitupulu, Dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Pokhrel, S. (2024). *No Title*. *ελενη. Αγαη*, 15(1), 37–48.
- R. L., Oliver. (2017). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: The Mcgraw-Hill Companies Inc.
- Rahmadi, M. T., & Sirnip, C. (2024). Istana Maimun: Potensi Pariwisata Bersejarah Sebagai Peluang Ekonomi Masyarakat Kota Medan. 3(3).
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/Kiat.2021.Vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/Kiat.2021.Vol32(1).7406)
- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 1(2), 48–56. <https://doi.org/10.56916/Jimab.V1i2.169>
- Ratminto. (2018). *Pelayanan Prima* (1st Ed.). Yogyakarta: UGM Press.
- Secapramana, V. H. (2020). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Ubaya*, 9(1), 30–43. <http://repository.ubaya.ac.id/54>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tahir, Dkk. (2023). *Metodologi Penelitian*. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- USMAN, A., Hidayat, M., & Daud, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Empiris Pada Obyek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros). *Nobel Management Review*, 3(3), 527–541. <https://doi.org/10.37476/Nmar.V3i3.3289>
- Wawan Hari Subagyo. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9250>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

