

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN DI MUSEUM SEMEDO TEGAL

Selamet¹⁾, Hartoyo²⁾, Tutut Setiana³⁾

¹²³ITB Adias Pernalang

*selapemalang59@gmail.com

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan diantaranya Kualitas Layanan, Inovasi Dan Citra Wisata serta Daya Tarik Wisata Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan accidental sampling sebanyak 100 responden. Adapun pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji hipotesis berupa uji t, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, analisis jalur path dan uji sobel. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini diperoleh $b_1 = 0,248$ menunjukkan pengaruh yang positif variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y), $b_2 = 0,433$ menunjukkan pengaruh yang positif variabel Inovasi (X2) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y), $b_3 = 0,243$ menunjukkan pengaruh yang positif variabel Citra Wisata (X3) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y), $b_4 = 0,179$ menunjukkan pengaruh yang positif variabel Daya Tarik Wisata (X4) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Untuk pengujian hipotesis terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan (X1) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($4,429 > 1.98525$), Inovasi (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($4,840 > 1.98525$), Citra Wisata (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($2,219 > 1.98525$), Daya Tarik Wisata (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($2,164 > 1.98525$)

Kata Kunci: *Semedo, Minat Kunjung Ulang, Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata.*

Abstract: *The purpose of this study was to determine the factors that influence the Interest of Tourists to Revisit, including Service Quality, Innovation and Tourism Image and Tourist Attractions. This study used purposive sampling and accidental sampling methods with 100 respondents. The testing in this study was carried out with validity, reliability, classical assumptions, hypothesis testing in the form of t-tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, path analysis and Sobel test. The results of the multiple linear regression analysis in this study obtained $b_1 = 0.248$ indicating a positive effect of the Service Quality variable (X1) on the Interest of Revisiting (Y), $b_2 = 0.433$ indicating a positive effect of the Innovation variable (X2) on the Interest of Revisiting (Y), $b_3 = 0.243$ indicating a positive effect of the Tourism Image variable (X3) on the Interest of Revisiting (Y), $b_4 = 0.179$ indicating a positive effect of the Tourist Attraction variable (X4) on the Interest of Revisiting (Y). For hypothesis testing, there is a significant partial influence between Service Quality (X1) on Revisit Interest (Y) with a calculated t value > t table ($4.429 > 1.98525$), Innovation (X2) has a significant partial influence on Revisit Interest (Y) with a calculated t value > t table ($4.840 > 1.98525$), Tourism Image (X3) has a significant partial influence on Revisit Interest (Y) with a calculated t value > t table ($2.219 > 1.98525$), Tourism Attraction (X4) has a significant partial influence on Revisit Interest (Y) with a calculated t value > t table ($2.164 > 1.98525$)*

Keywords: *Semedo, Revisit Interest, Service Quality, Innovation, Tourism Image and Tourism Attraction*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang kaya akan objek pariwisata yang terbesar dari sabang sampai merauke. Dalam pengembangan ekonomi, sosial dan budaya di daerah pengembangan sektor pariwisata memiliki pengaruh ekonomi daerah. Namun, jika tidak dikembangkan secara terencana maka pariwisata juga akan memberikan peluang bagi munculnya berbagai dampak negatif yang merugikan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya di daerah yang bersangkutan. Oleh sebab itu, Oleh sebab itu, kebijakan pengembangan sektor pariwisata daerah haruslah memperhitungkan secara cermat baik dampak positif maupun negatifnya. Peran pemerintah daerah sebagai inisiator, motivator dan fasilitator sangat menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata karena pariwisata termasuk salah satu sektor yang memiliki kontribusi cukup besar dalam kebutuhan penting bagi sebagian masyarakat. Dengan berwisata masyarakat mampu melepaskan diri dari kejenuhan terhadap rutinitas harian serta menikmati kebersamaan bersama keluarga dan teman. Dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat, pihak pemerintah dan pengelola destinasi wisata berusaha untuk melakukan menemukan ide baru dan memberikan pengalaman yang baik kepada wisatawan, sehingga mampu menghasilkan minat berkunjung kembali atau berkunjung ulang (Riadi, 2023).

Pada dasarnya minat berkunjung merupakan perasaan ingin mengunjungi suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Menurut (Riadi, 2023), minat berkunjung kembali merupakan hasil dari pengalaman ulang yang dirasakan oleh wisatawan berupa kepuasan setelah mengunjungi destinasi wisata. Minat berkunjung juga dapat diartikan sebagai tindakan dalam memilih dan memutuskan untuk mengunjungi objek wisata berdasarkan pengalaman wisata (Hellier, at al dalam (Widodo, 2018). Beberapa faktor yang menyebabkan wisatawan berminat mengunjungi kembali adalah kualitas

layanan, inovasi, citra wisata dan daya tarik wisata (Widipurnomo, 2019).

Kualitas pelayanan merupakan tanggapan terhadap keperluan manajerial yang hanya akan terpenuhi kalau pengguna jasa itu mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan (Batinggi & Badu, 2009). Kualitas layanan menjadi faktor dimana calon pengunjung memiliki niat untuk berkunjung, jika kualitas layanan suatu obyek wisata tinggi maka calon pengunjung tidak akan ragu pada pilihan mereka untuk berkunjung, namun sebaliknya jika kualitas layanan suatu obyek wisata rendah maka calon pengunjung akan memilih pada obyek wisata lain yang mempunyai kualitas layanan yang lebih baik (Widipurnomo, 2019).

Menurut (Sutirna, 2018) menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Inovasi menjadi hal yang paling mendasar dan paling efektif dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengatasi pola perubahan dari kebutuhan dan keinginan konsumen (pengunjung) yang berubah-ubah. Inovasi juga dilakukan dalam upaya peningkatan produk baru, layanan, jasa atau proses dengan tujuan perusahaan ingin membedakan diri dari perusahaan lainnya (Widipurnomo, 2019).

Citra wisata (citra destinasi) merupakan persepsi seseorang atau sekelompok orang secara menyeluruh mengenai suatu destinasi. Citra destinasi sebuah wisata mencakup keunikan wisatanya, pemandangannya, keamanannya, keindahan alamnya, kualitas kunjungan, keramahtamahan penduduknya serta tingkat pelayanannya. Citra destinasi yang baik dari wisata akan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Hal ini karena wisatawan yang mengunjungi suatu tempat wisata akan menilai dan mengevaluasi untuk mempertimbangkan keputusannya dalam berwisata (Eddyono, 2021).

Sedangkan daya tarik wisata adalah keputusan seorang wisatawan untuk

melakukan kunjungan ke sebuah destinasi wisata karena tertarik oleh sesuatu. Hal yang membuat wisatawan tertarik dan memutuskan untuk berkunjung dapat disebut sebagai daya tarik (Purwanti, 2017). Daya tarik merupakan sesuatu yang harus diunggulkan suatu destinasi wisata karena dianggap mampu menarik perhatian wisatawan untuk mau melakukan kunjungan. Daya tarik tersebut dinilai akan memperkuat minat seseorang untuk melakukan kunjungan kembali ke obyek wisata yang sama di waktu yang akan datang (Widipurnomo, 2019).

Museum Semedo Tegal dibangun di kawasan Situs Semedo, situs manusia purba yang ditemukan pada 2005 dan diresmikan pada tanggal 12 Oktober 2022, bertepatan dengan Hari Museum Nasional. Letaknya berada Desa Semedo, Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Museum Semedo merupakan situs purbakala yang berupa penemuan fosil manusia purba dan diperkirakan usianya lebih tua dibandingkan fosil-fosil yang pernah ditemukan di Indonesia. Dari hasil penelitian ahli paleontologi, arkeologi, geologi, dan antropologi, memberikan data faktual evolusi manusia, budaya dan lingkungannya sejak setidaknya 1,5 juta tahun yang lalu. Temuan fosil fauna di sekitar Perbukitan Semedo menggambarkan panjangnya rentang kehidupan di Semedo. Selain Museum Semedo Tegal ada beberapa tempat wisata sebagai data pesaing, diantaranya : Rojo Tater, Rumah Wayang, Monumen Bahari.

Alasan memilih Museum Semedo Tegal sebagai objek penelitian ini adalah karena merupakan salah satu tempat wisata edukasi, terdapat keunikan yang berkaitan dengan kehidupan purba, menyajikan koleksi temuan spesimen Semedo, artefak tinggalan manusia purba jenis homo erectus, serta berbagai jenis fosil fauna purba. Dapat menambah wawasan sejarah melalui berbagai literatur, dilengkapi dengan landmark berupa monumen gading, patung gajah purba jenis Stegodon, dan penggambaran evolusi manusia purba, sebagai ikon dari Kawasan Cagar Budaya Semedo. Banyak pengunjung dari kalangan mahasiswa atau pelajar, karena tiket masuknya gratis. Keunggulan yang lain dari

Museum Semedo Tegal yang membuat pengunjung penasaran adalah ada beberapa spot display 2 (dua) patung manusia purba dan 3 (tiga) display patung ikan hiu purba.

Daya tarik lain yang dimiliki Museum Semedo Tegal adalah produk budaya yang terbentuk oleh masyarakat karena adanya budaya yang bersifat fisik (tangible) berupa tarian-tarian, ataupun yang bersifat non fisik (intangible) berupa kebudayaan dan adat-istiadat. Beberapa kelompok tari hanya ada di kecamatan Kedungbanteng seperti tari Sintren, Topeng, dan masih banyak lagi, karena di setiap desa memiliki karakteristik yang berbeda baik dari tema, gerak maupun pakaian yang digunakan ketika melakukan tarian tersebut. Sebagai salah satu tempat destinasi wisata yang unik, memiliki kelebihan sebagai destinasi wisata edukasi unggulan yang dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan kebudayaan, maka pemerintah Tegal harus menerapkan strategi agar dapat menarik pengunjung. Beberapa strategi yang dilakukan yaitu melakukan sosialisasi melalui musyawarah guru mata pelajaran (MGMP) sejarah, kerjasama antar kelompok sadar wisata (pokdarwis), komunitas budaya sekitar museum serta melalui internet dan media sosial seperti facebook.

Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?
2. Bagaimana Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?
3. Bagaimana Citra Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?
4. Bagaimana Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?
5. Bagaimana Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata, dan Daya Tarik Wisata

secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Inovasi terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata, dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal?

2. Telaah Pustaka

1) Minat Kunjung Ulang

Kotler dan Keller (2016) mengartikan minat beli ulang adalah sebuah perilaku dari konsumen, dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk tersebut. Minat berkunjung ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ulang ke tujuan yang pernah didatangi dan keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya (Nuraeni, 2014).

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan datang.

Hal ini dapat di artikan bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Selain itu terdapat pendapat lain bahwa minat beli ulang merupakan pembelian suatu produk atau jasa yang sama untuk kedua kalinya bahkan seterusnya (Anoraga, 2019).

2) Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. (Ismayanti, 2010), mengartikan daya tarik wisata adalah usaha dengan kegiatan yang mengelola daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, serta daya tarik wisata buatan manusia.

Sedangkan menurut Hidayah (2021), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat mendorong atau memotivasi target pelanggan untuk berkunjung ke destinasi layaknya sebuah magnet.

Wisata merupakan fenomena perpindahan orang - orang dari suatu tempat ke tempat lainnya untuk bersenang - senang dalam tempo yang singkat, dimana perpindahan tersebut membutuhkan sarana dan prasarana yang disiapkan oleh pemerintah, pengusaha, ataupun masyarakat setempat. Dari beberapa penjelasan di atas jika disimpulkan, maka daya tarik wisata merupakan daya tarik berupa keunikan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kesuatu tempat wisata (Ismayanti, 2010).

Menurut (Apriliyanti, 2020), menyebutkan ada beberapa indikator dalam daya tarik wisata sebagai berikut :

- a. Keunikan cinderamata
- b. Keindahan alam
- c. Keramahtamahan
- d. Kesejukan udara

3) Kualitas Layanan

Menurut (Kotler & Keller, 2016) kualitas layanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu

kebutuhan. (Kasmir, 2017) mengartikan kualitas layanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2017) mendefinisikan kualitas layanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain:

- a. Keandalan (Reliability)
- b. Ketanggapan (Responsiveness)
- c. Jaminan (Assurance)
- d. Empati (Empathy)
- e. Bukti fisik (Tangibles)

Kualitas layanan diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen dengan tingkat keunggulan yang diharapkan yang mana kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat diartikan sebagai bentuk antara kesesuaian dan pelayanan dengan tingkat harapan yang diinginkan konsumen (Tjiptono, 2017).

4) Inovasi

Menurut Drucker (2012), mendefinisikan inovasi adalah upaya menciptakan perubahan yang bertujuan dan fokus di dalam suatu potensi ekonomi atau sosial. Pengertian inovasi ini dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama.

Robbins (2015), mengartikan inovasi ialah sebuah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau membarui suatu produk atau proses dan jasa. Sedangkan menurut Urabe (2018), inovasi bukan merupakan suatu kegiatan satu kali pukul (one time phenomenon), melainkan sebuah proses yang panjang dan kumulatif yang meliputi banyak proses pengambilan keputusan oleh organisasi, dari mulai penemuan gagasan sampai implementasinya di pasar.

Adapun tujuan utama proses inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai pelanggan yang lebih baik. Inovasi dipandang dengan parameter yang tetap seperti teknologi dan praktker manajemen, adapun pendekatan proses memandang inovasi sebagai suatu proses yang kompleks, yang sering melibatkan berbagai kelompok sosial dalam organisasi. Inovasi lebih merupakan aspek budaya organisasi yang mencerminkan tingkat keterbukaan terhadap gagasan baru. Dilain pihak kemampuan inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, suatu proses dan produk baru (Drucker, 2012). Terdapat beberapa indikator dalam inovasi, yaitu :

a. Orientasi pada pelanggan

Inovasi seharusnya selalu dimulai dari pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, salah satu indikator potensial inovasi adalah sejauh mana suatu perusahaan dapat berinteraksi dan merespons kebutuhan pelanggan dengan solusi yang lebih baik.

b. Perubahan fundamental

Drucker menekankan bahwa inovasi seharusnya menciptakan perubahan yang fundamental dalam bisnis, bukan sekadar perbaikan kecil. Jadi, perubahan signifikan dalam produk, proses, atau strategi bisnis dapat dianggap sebagai indikator inovasi.

c. Penciptaan nilai dan keunggulan kompetitif

Inovasi yang efektif seharusnya menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Kemampuan untuk mencapai hal ini adalah indikator inovasi yang kuat.

5) Citra Wisata

Juanim (2015), menyatakan bahwa proses pembentukan citra destinasi terdapat dua hal penting yaitu pertama, seseorang dapat memiliki citra destinasi walaupun belum pernah mengunjungi objek tersebut karena destinasi tersebut sudah terkenal melalui berbagai media informasi yang diterimanya dan kedua, seseorang mengalami perubahan pada citra destinasi sebelum dan setelah seseorang melakukan kunjungan ke suatu destinasi Perilaku pasca berkunjung

merupakan tindakan seseorang dari hasil evaluasi selama melakukan perjalanan kunjungan ke suatu destinasi.

Citra wisata adalah segala sesuatu yang bisa menimbulkan kesan positif bagi konsumen, baik konsumen yang pernah berkunjung maupun bagi calon konsumen yang mempunyai potensi untuk mengunjungi obyek wisata tersebut (Giffen, 2019). Waluyo (2016) mengartikan citra wisata adalah keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Menurut Hailin Qu et.al.,(2011), terdapat 3 indikator pengukuran dari citra destinasi sebagai berikut:

a. Citra destinasi kognitif (Cognitive destination image)

Terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut.

b. Citra destinasi yang unik (Unique image)

Terdiri dari lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi lokal yang ada di destinasi tersebut.

c. Citra destinasi afektif (Affective destination image)

Terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik ketika di suatu destinasi.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut (Sugiyono, 2018), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Minat Kunjung Ulang (Y)

Minat kunjung ulang adalah tingkat ketertarikan dan keinginan pelanggan untuk terus membeli produk atau jasa dari sebuah merek atau perusahaan secara berulang ((Anoraga, 2019).

Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki

kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan (Kotler & Keller, 2016).

Inovasi (X2)

Inovasi adalah upaya menciptakan perubahan yang bertujuan dan fokus di dalam suatu potensi ekonomi atau sosial (Drucker, 2012).

Citra Wisata (X3)

Citra wisata adalah keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata (Waluyo, 2016).

Daya Tarik Wisata (X4)

Daya tarik wisata adalah usaha dengan kegiatan yang mengelola daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, serta daya tarik wisata buatan manusia (Ismayanti, 2010).

Kelima variabel tersebut akan diuji pengaruh antar variabelnya. Variabel Kualitas Layanan , Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata dimungkinkan memiliki pengaruh langsung terhadap Minat Kunjung Ulang. Adapun kerangka pemikiran untuk penelitian ini Pengembangan Hipotesis

Menurut (Arikunto, 2016), hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti data yang terkumpul. Hipotesis dinyatakan dengan kalimat pernyataan dan bukan kalimat pertanyaan. Hasil hipotesis ini diambil dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

1) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Ulang

Kualitas layanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan (Kotler & Keller, 2016). Peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan minat kunjung ulang.

Penelitian tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang yang dilakukan oleh (Widipurnomo, 2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco”. Trisna (2019) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik

Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass”. (Widipurnomo, 2019) dengan judul “Pengaruh, Inovasi, Kualitas Layanan dan Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco Semarang Saat Pandemic”. mPengaruh Kualitas Layanan, Citra Wisata dan Inovasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening pada Obyek Wisata Museum Kretek Kudus”. (Widipurnomo, 2019) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan”, dengan hasil penelitian ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.

2) Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Kunjung Ulang

Inovasi adalah upaya menciptakan perubahan yang bertujuan dan fokus di dalam suatu potensi ekonomi atau sosial (Drucker, 2012). Peningkatan inovasi dapat meningkatkan minat kunjung ulang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ada pengaruh yang signifikan antara Inovasi terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

3) Pengaruh Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang

Citra Wisata adalah keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata (Waluyo, 2016). Peningkatan citra wisata dapat meningkatkan minat kunjung ulang.

. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ada pengaruh yang signifikan antara Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

4) Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang

Daya Tarik Wisata adalah usaha dengan kegiatan yang mengelola daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, serta daya tarik wisata buatan manusia (Ismayanti, 2010). Peningkatan daya tarik wisata dapat meningkatkan minat kunjung ulang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H4 : Ada pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

5) Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang

Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata adalah usaha dapat meningkatkan minat kunjung ulang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H4 : Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

3. Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau dengan kata lain data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar. Dalam penelitian ini berupa latar belakang sejarah organisasi, struktur organisasi, dan data lain yang diambil dari dokumen organisasi.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Data kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua yaitu data diskrit dan data kontinum. Data diskrit adalah data yang diperoleh dari hasil menghitung. Sedangkan, data kontinum adalah data yang diperoleh dari hasil pengukuran.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut (Husein, 2015) data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti yaitu Museum Semedo Tegal, dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dari para responden Museum Semedo Tegal atau sampel yang telah terpilih dari populasi dengan menggunakan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Data ini diperoleh melalui literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, majalah maupun data dokumen yang sekiranya diperlukan untuk menyusun penelitian ini. Data sekunder di dapat dari Museum Semedo Tegal. Misalkan jumlah pengunjung, dan profile Museum Semedo Tegal (Sugiyono, 2018).

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang diperlukan agar dapat menjelaskan masalah-masalah dan memecahkan masalah yang diteliti, adalah sebagai berikut (Arikunto, 2016):

1. Metode Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan pihak yang dapat membantu memberikan data-data yang bersangkutan dengan materi penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pegawai Museum Semedo Tegal.

2. Metode Kuesioner (angket).

Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada responden tentang masalah yang dibahas disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih dari alternatif jawaban tersebut. Dalam hal ini kuesioner dibagikan untuk pengunjung Museum Semedo Tegal. Kuesioner ini pernah digunakan oleh (Making, 2019) pada variabel Kualitas

Layanan, Inovasi, Citra Wisata, Daya Tarik Wista dan Minat Kunjung Ulang.

Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung domestik Museum Semedo Tegal Januari – Desember tahun 2023 yang berjumlah 44.807 pengunjung.

2. Teknik Pemilihan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Untuk mengetahui besarnya ukuran sampel digunakan rumus pendekatan slovin, sebagai berikut (Umar, 2003) :

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel minimal 99,78. Untuk mempermudah perhitungan, maka sampel yang diambil 100 responden. Dalam pemilihan sampel ini menggunakan purposive sampling dan accidental sampling. Purposive sampling yaitu pengambilan sampel atas dasar pertimbangan tertentu yaitu pengunjung dalam negeri, Minimal melakukan kunjungan 2 kali dan Pendidikan minimal SMA / Sederajat serta accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas atau kebetulan, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai data (Sugiyono, 2018).

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Terikat (Dependent variable)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Kunjung Ulang (Y). Minat kunjung ulang adalah tingkat ketertarikan dan keinginan pelanggan untuk terus membeli produk atau jasa dari sebuah merek atau perusahaan secara berulang ((Anoraga, 2019). Indikator minat kunjung ulang dalam penelitian ini adalah ((Ferdinand, 2014) :

- 1) Minat transaksional (Rencana selalu berkunjung)
- 2) Minat referensial (Mereferensikan kepada teman)
- 3) Minat preferensial (Wisata pilihan utama)
- 4) Minat eksploratif (Wisata paling menarik)

2. Variabel Bebas (Independent variable)
Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik itu secara positif atau negatif, serta sifatnya dapat berdiri sendiri (Sugiyono, 2018). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

a. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan (Kotler & Keller, 2016). Indikator kualitas layanan ini adalah :

- 1) Keandalan (Reliability): Karyawan memiliki pengetahuan
- 2) Daya tanggap (Responsiveness) : Melayani dengan cepat
- 3) Jaminan (Assurance) : Buka Tepat waktu
- 4) Empati (Emphaty) : Respon terhadap keluhan
- 5) Bukti fisik (Tangibles) : Senantiasa menjaga kebersihan

b. Inovasi (X2)

Inovasi adalah upaya menciptakan perubahan yang bertujuan dan fokus di dalam suatu potensi ekonomi atau sosial (Drucker, 2012). Indikator dalam inovasi ini adalah:

- 1) Orientasi pada pelanggan (Memahami kebutuhan pengunjung)
- 2) Perubahan fundamental (Penambahan fasilitas baru)
- 3) Penciptaan nilai dan keunggulan kompetitif (Melakukan perbaikan fasilitas)

c. Citra Wisata (X3)

Citra Wisata adalah keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata (Waluyo, 2016). Indikator dalam

citra wisata ini adalah (Hailin Qu et.al.,2011) :

- 1) Citra destinasi kognitif (Pengunjung merasa senang)
- 2) Citra destinasi yang unik (Wisata yang unik)
- 3) Citra destinasi afektif (Wisata yang menarik)

d. Daya Tarik Wisata (X4).

Daya tarik wisata adalah usaha dengan kegiatan yang mengelola daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, serta daya tarik wisata buatan manusia (Ismayanti, 2010). Indikator dalam daya tarik wisata adalah:

- 1) Keunikan cinderamata ada
- 2) Memiliki keindahan bangunan
- 3) Pengunjung mendapatkan keramahtamahan
- 4) Kesejukan udara sekitar museum

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas

Variabel	Butir Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	X ₁ Soal 1	0,812	0,197	Valid
	X ₁ Soal 2	0,837	0,197	Valid
	X ₁ Soal 3	0,971	0,197	Valid
	X ₁ Soal 4	0,963	0,197	Valid
	X ₁ Soal 5	0,969	0,197	Valid
Inovasi (X ₂)	X ₂ Soal 1	0,903	0,197	Valid
	X ₂ Soal 2	0,932	0,197	Valid
	X ₂ Soal 3	0,918	0,197	Valid
Citra Wisata (X ₃)	X ₃ Soal 1	0,826	0,197	Valid
	X ₃ Soal 2	0,840	0,197	Valid
	X ₃ Soal 3	0,890	0,197	Valid
Daya Tarik Wisata (X ₄)	Z Soal 1	0,839	0,197	Valid
	Z Soal 2	0,855	0,197	Valid
	Z Soal 3	0,951	0,197	Valid
	Z Soal 4	0,936	0,197	Valid
Minat Kunjung Ulang (Y)	Y Soal 1	0,833	0,197	Valid
	Y Soal 2	0,830	0,197	Valid
	Y Soal 3	0,940	0,197	Valid
	Y Soal 4	0,923	0,197	Valid

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3), Daya Tarik Wisata (X4) dan Minat Kunjung Ulang (Y) adalah valid karena nilai rhitung > rtabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 2

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,950	0,70	Reliabel
Inovasi (X ₂)	0,906	0,70	Reliabel
Citra Wisata (X ₃)	0,806	0,70	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X ₄)	0,918	0,70	Reliabel
Minat Kunjung Ulang (Y)	0,905	0,70	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan, untuk item pertanyaan variabel Kualitas Layanan (X₁) nilai Cronbach Alpha sebesar 0,950, variabel Inovasi (X₂) sebesar 0,906, variabel Citra Wisata (X₃) sebesar 0,806, variabel Daya Tarik Wisata (X₄) sebesar 0,918 dan variabel Minat Kunjung Ulang (Y) sebesar 0,905. Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk item pertanyaan masing-masing variabel adalah reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3.

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,2090
	Std. Deviation	,94669
Most Extreme Differences	Absolute	,122
	Positive	,122
	Negative	-,101
Test Statistic		,122
Asymp. Sig. (2-tailed)		,091

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel 3 di atas hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,091. Karena nilai signifikansi menunjukkan probabilitas Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari pada uji penelitian (Sig. > 0,05) atau (0,091 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4

Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
Coefficients ^a		Tolerance	VIF
Model	(Constant)		
1	Kualitas Layanan X1	,830	1,205
	Inovasi X2	,772	1,295
	Citra Wisata X3	,893	1,120
	Daya Tarik Wisata X4	,685	1,460

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel 4 di atas hasil uji multikolinearitas (Variabel dependent : Minat Kunjung Ulang) tersebut diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki nilai tolerance berada dibawah 1 dan nilai VIF jauh di bawah angka 10. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika mempunyai nilai tolerance dibawah 1 dan nilai VIF jauh dibawah angka 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5

Hasil Uji Glejser

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,596	1,035	1,542	,126
	Kualitas Layanan X1	-,047	,034	-,153	-,170
	Inovasi X2	,078	,054	,166	,151
	Citra Wisata X3	-,044	,066	-,071	,505
	Daya Tarik Wisata Z	,009	,050	,023	,850

a. Dependent Variable: Absres

a. Dependent Variable: Absres

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari table 5 di atas hasil uji glejser variabel Kualitas Layanan (X₁) sebesar 0,170, variabel Inovasi (X₂) sebesar 0,151, variabel Citra Wisata (X₃) sebesar 0,505, dan variabel Daya Tarik Wisata (X₄) sebesar 0,850. Dari hasil tersebut menunjukkan tidak ada nilai thitung yang signifikan, atau nilai signifikan (Sig.) lebih besar dari 0,05 (p > 0,05). Jadi secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Linearitas

Tabel 6.

Rangkuman Hasil Analisis Uji Linearitas

Dari Masing-masing Variabel

Persamaan (variabel <i>dependent</i> : Minat Kunjung Ulang)			
Variabel	Linearitv	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,000	0,05	Linear
Inovasi(X ₂)	0,000	0,05	Linear
Citra Wisata(X ₃)	0,001	0,05	Linear
Daya Tarik Wisata (X ₄)	0,000	0,05	Linear

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari hasil tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan (X₁) sebesar 0,000, variabel Inovasi(X₂) sebesar 0,000, variabel Citra

Wisata (X3) sebesar 0,001 dan Variabel Daya Tarik Wisata (X4) sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa antara masing-masing variabel terdapat hubungan yang linear karena nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependent, sekaligus untuk menjawab hipotesis pertama (H1), kedua (H2), ketiga (H3) dan ketujuh (H4) dengan taraf kesalahan 0,05 atau 5 % dengan level of significance 95 %. Untuk nilai ttabel dengan derajat kebebasan $(n-5)$ atau $100-5 = 95$ maka di dapat ttabel sebesar 1,98525. Dari hasil perhitungan program SPSS versi 26.0 diperoleh nilai thitung dan signifikansi dapat dilihat pada tabel rangkuman sebagai berikut :

Tabel 7.
 Hasil Analisis Uji t

Persamaan (variabel <i>dependent</i> : Minat Kunjung Ulang)			
Variabel	Linearity	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,000	0,05	Linear
Inovasi(X ₂)	0,000	0,05	Linear
Citra Wisata(X ₃)	0,001	0,05	Linear
Daya Tarik Wisata (X ₄)	0,000	0,05	Linear

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dijelaskan analisa data untuk uji hipotesis 1, 2, 3 dan 4 sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.

Dengan besarnya thitung untuk variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 4,429 dan ttabel sebesar 1,98525 berarti thitung $>$ ttabel ($4,429 > 1,98525$) sehingga Ho ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Dengan demikian hipotesis pertama (H1) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal diterima.

Hipotesis 2 :Ada pengaruh yang signifikan antara Inovasi terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal.

Dengan besarnya thitung untuk variabel Inovasi (X2) sebesar 4,840 dan ttabel sebesar 1,98525 berarti thitung $>$ ttabel ($4,840 > 1,98525$) sehingga Ho ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Inovasi(X2) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Dengan demikian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan variabel Inovasi (X2) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal diterima.

Hipotesis 3 : Ada pengaruh yang signifikan antara Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

Dengan besarnya thitung untuk variabel Citra Wisata(X3) sebesar 2,219 dan ttabel sebesar 1,98525 berarti thitung $>$ ttabel ($2,219 > 1,98525$) sehingga Ho ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Citra Wisata (X3) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan variabel Citra Wisata (X3) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal diterima.

Hipotesis 4 : Ada pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegal

Dengan besarnya thitung untuk variabel Daya Tarik Wisata (X4) sebesar 2,164 dan ttabel sebesar 1,98525 berarti thitung $>$ ttabel ($2,164 > 1,98525$) sehingga Ho ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Daya Tarik Wisata (X4) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Dengan demikian hipotesis keempat (H4) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan variabel Daya Tarik Wisata (X4) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal diterima.

Uji F
Tabel 8
Hasil Analisis Uji F

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,146	,719		,085	,933
Kualitas Layanan X1	,248	,056	,334	4,429	,000
Inovasi X2	,433	,089	,378	4,840	,000
Citra Wisata X3	,243	,110	,161	2,219	,029
Daya Tarik Wisata X4	,179	,038	,180	2,164	,033

a. Dependent Variable: Minat Kunjungi Ulang Y

a. Dependent Variable: MInat_Kunjung_Y
b. Predictors: (Constant), Daya_Tarik_X4, Citra_wisata_X3, kualitas_layananX1, Inovasi_X2
Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Pada Tabel 8 dengan besarnya Fhitung untuk sebesar 29,201 dan Ftabel sebesar 2,31 berarti Fhitung > Ftabel (29,201 > 2,31) sehingga Ho ditolak, yang berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3) dan Daya Tarik Wisata (X4) secara bersama-sama terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Dengan demikian hipotesis keempat (H5) yang menyatakan ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3) dan Daya Tarik Wisata (X4) secara bersama-sama terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegol diterima.

Pengaruh X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3) dan Daya Tarik Wisata (X4) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y). Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Program SPSS versi 26.0 diperoleh hasil regresi linier berganda pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Regresi Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,146	,719		,085	,933
Kualitas Layanan X1	,248	,056	,334	4,429	,000
Inovasi X2	,433	,089	,378	4,840	,000
Citra Wisata X3	,243	,110	,161	2,219	,029
Daya Tarik Wisata X4	,179	,038	,180	2,164	,033

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2024 Berdasarkan tabel 9 di atas dapat dijelaskan analisa data regresi linier berganda sebagai berikut :

- a = 0,146 adalah nilai konstanta dari persamaan regresi.
- b1 = 0,248 menunjukkan pengaruh positif antara Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung Ulang yang berarti jika Kualitas Layanan meningkat akan mengakibatkan peningkatan Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol.
- b2 = 0,433 menunjukkan pengaruh positif antara Inovasi terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol yang berarti jika Inovasi meningkat akan mengakibatkan peningkatan Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol.
- b3 = 0,243 menunjukkan pengaruh positif antara Citra Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol yang berarti jika Citra Wisata meningkat akan mengakibatkan peningkatan Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol.
- b4 = 0,179 menunjukkan pengaruh positif antara Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol yang berarti jika Daya Tarik Wisata meningkat akan mengakibatkan peningkatan Minat Kunjung Ulang pada Museum Semedo Tegol.

Uji Koefisien Determinasi (R²)
Tabel 10

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,551	,533	1,572

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata X4 Citra Wisata X3, Kualitas Layanan X1, Inovasi X2
b. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2024 Dari tabel 10 di atas hasil perhitungan dengan komputer SPSS versi 26.0 (Regresi,

tabel model summary kolom Adjusted R Square) ada pengaruh yang berarti yaitu dapat diketahui derajat pengaruh variabel-variabel sebesar 0,533 atau 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3) dan Daya Tarik Wisata (X4) sebesar 53,3% sedangkan sisanya sebesar 46,7 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model persamaan tersebut.

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan, diperoleh nilai error yaitu $e^2 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,533)} = \sqrt{0,467} = 0,683$ sehingga diperoleh persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,146 + 0,248X_1 + 0,433X_2 + 0,243X_3 + 0,179X_4 + 0,683$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Inovasi

X3 = Citra Wisata

X4 = Daya Tarik Wisata

Y = Minat Kunjung Ulang

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan atas analisis serta uji hipotesis yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal karena nilai thitung > ttabel ($4,429 > 1,98525$) dengan nilai probabilitas (Sig.) $0,000 < 0,05$.

Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Inovasi (X2) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal karena nilai thitung > ttabel ($4,840 > 1,98525$) dengan nilai probabilitas (Sig.) $0,000 < 0,05$.

Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Citra Wisata (X3) terhadap Minat

Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal karena nilai thitung > ttabel ($2,219 > 1,98525$) dengan nilai probabilitas (Sig.) $0,029 < 0,05$.

Dari hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Daya Tarik Wisata (X4) terhadap Minat Kunjung Ulang (Y) pada Museum Semedo Tegal karena nilai thitung > ttabel ($2,164 > 1,98525$) dengan nilai probabilitas (Sig.) $0,033 < 0,05$.

Dari Hasil Fhitung untuk sebesar 29,201 dan Ftabel sebesar 2,31 berarti Fhitung > Ftabel ($29,201 > 2,31$) sehingga berarti ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Layanan (X1), Inovasi (X2), Citra Wisata (X3) dan Daya Tarik Wisata (X4) secara bersama-sama terhadap Minat Kunjung Ulang (Y)

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan penulis masih mempunyai beberapa keterbatasan antara lain :

Pengumpulan data variabel Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata, Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjung Ulang hanya menggunakan satu instrumen yaitu kuesioner sehingga kelemahan kuesioner seperti persepsi responden dalam menjawab kuesioner.

Penelitian ini hanya meneliti 4 (empat) faktor yang mempengaruhi Minat Kunjung Ulang yaitu Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata sehingga penelitian ini hanya dapat memberikan informasi mengenai seberapa besar variabel tersebut berpengaruh terhadap Minat Kunjung Ulang, sedangkan faktor lain yang tidak diteliti tidak dapat diketahui secara rinci.

Saran

Museum Semedo Tegal diharapkan memperhatikan Kualitas Layanan untuk meningkatkan Minat Kunjung Ulang. Misal : Menjaga kebersihan dilingkungan museum. Dengan menjaga kebersihan di lingkungan museum, pengelola museum

tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung, tetapi juga menciptakan kesan profesional dan reputasi yang baik. Semua ini berkontribusi terhadap minat pengunjung untuk kembali, menjadikan kebersihan sebagai faktor kunci dalam strategi peningkatan kunjungan ulang.

Dari hasil uji t penelitian menunjukkan bahwa variabel Inovasi berpengaruh terhadap Minat Kunjung Ulang. Untuk itu Museum Semedo Tegal diharapkan memperhatikan Inovasi untuk meningkatkan Minat Kunjung Ulang. Misal : Melakukan perbaikan fasilitas yang ada agar lebih menarik. Dengan melakukan perbaikan fasilitas secara berkala, museum dapat memastikan bahwa pengunjung mendapatkan pengalaman yang positif dan berkesan, yang pada akhirnya meningkatkan minat kunjung ulang dan memperkuat daya tarik museum sebagai destinasi wisata edukatif dan rekreasi.

Dari hasil uji t penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Wisata berpengaruh terhadap Minat Kunjung Ulang. Untuk itu Museum Semedo Tegal diharapkan memperhatikan Citra Wisata untuk meningkatkan Minat Kunjung Ulang. Misal : Meyakinkan kepada pengunjung melalui sosial media seperti Facebook ataupun Internet bahwa Museum Semedo Tegal merupakan salah satu wisata yang menarik untuk di kunjungi. Setiap museum sering kali memiliki koleksi yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, seperti artefak bersejarah, karya seni terkenal, atau pameran tematik khusus. Keunikan yang dimiliki Museum Semedo Tegal dapat di kenalkan kepada masyarakat melalui sosial media sehingga menjadi daya tarik utama yang menarik pengunjung pertama kali dan dapat mendorong kunjungan ulang.

Dari uji t penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Kunjung Ulang. Untuk itu Museum Semedo Tegal diharapkan memperhatikan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan Minat Kunjung Ulang. Misal

: Meyakinkan kepada pengunjung bahwa Museum Semedo Tegal memiliki keindahan bangunan, cinderamata ataupun peninggalan purba yang menarik dan dapat dijadikan sebagai wahana edukasi. Dengan mempromosikan keindahan bangunan, cinderamata, atau peninggalan purba yang menarik serta nilai edukatif yang kuat, museum dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan mendalam bagi pengunjung. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung tetapi juga memperkuat keinginan mereka untuk kembali, yang pada akhirnya meningkatkan minat kunjung ulang dan mendukung keberlanjutan museum sebagai destinasi wisata yang menarik dan edukatif.

Untuk penelitian mendatang diharapkan dapat menambah atau menggunakan variabel lain yang mempengaruhi Minat Kunjung Ulang, misalnya minat transaksional dan referensial dan kualitas hubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2019). *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta. Semarang.
- Apriliyanti, E. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda*. *Jurnal Manajemen*. Universitas Mulawarman Samarinda.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Batinggi, A., & Badu, A. (2009). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV Andi Ofset. Yogyakarta.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia. Ponorogo.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Husein, U. (2015). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata. Grasindo. Jakarta.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 16 Edition. Pearson, New Jersey.
- Making, I. (2019). Pengaruh Personality, Job Embeddedness dan Person Job Fit Terhadap Organizational Citizenship Behaviour dan Komitmen Organisasional sebagai Variabel Intervening pada Driver Towing CV. Hegar Reja Mulia Kebumen. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Stie Putra Bangsa Kebumen.
- Purwanti. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Curug Sewu Kabupaten Kendal. Jurnal Pariwisata Indonesia. Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, 12(2).
- Riadi, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. Riset Pemasaran. Universitas Mataram, 2(2).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sutirna, H. (2018). Inovasi dan Teknologi Pembelajaran. Deepublish. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Jasa. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Widipurnomo, G. A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Widodo, D. E. (2018). Pengaruh Perceived Value, Citra Destinasi, dan Motivasi Pengunjung Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Pengunjung Wisata Rainbow Rafting Pernalang. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.