

**PENGARUH *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP MINAT KUNJUNG  
KEMBALI WISATAWAN KE MUSEUM NEGERI SUMATERA  
SELATAN**

**Karin Aulia Putri  
Sari Lestari Zainal Ridho<sup>1</sup>  
Heri Setiawan<sup>2</sup>**

Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya  
Jln. Srijaya Negara, Bukit Besar 30139 Palembang  
Email: [karinaulia0@gmail.com](mailto:karinaulia0@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research aims to determine whether there is a positive and significant influence between interior facilities, exterior and physical communication to the interests of tourist revisit intention to the State Museum of South Sumatra. This research is a quantitative research by using multiple regression analysis. The population in this research were all tourists who have visited State Museum of South Sumatera in 2017 years ago. The sampling technique by Purposive Sampling with the number samples of 100 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. The instrument validity test using the analysis of each statement item and calculated by Product Moment Correlation formula. While the reliability test using the formula cronbach alpha. The prerequisite test of data analysis includes test of normality, multilinerity and heterokedastisitas. Furthermore, hypothesis test using multiple regression, partial and simultaneous test. The results of this research indicate that: On the partial test results obtained by the variable of interior facilities and physical communication have a positive and significant effect on the interest of visiting tourist return to State Museum with each significance level of 0,044 and 0,008. While the exterior facilities have no effect due to have a significance level of 0.321. On the simultaneous test results obtained all independent variables can simultaneously affect the tourist visiting returns due to the significance level of 0.000.*

**Keyword:** *Physical Evidence, Revisit Intention*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *Physical Evidence* terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri Sumatera Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Museum Negeri Sumatera Selatan pada tahun 2017. Adapun pengambilan sampel dengan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pada hasil uji parsial diperoleh variabel fasilitas interior dan komunikasi fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri dengan masing-masing tingkat signifikansi sebesar 0,044 dan 0,008. Sedangkan fasilitas eksterior tidak berpengaruh disebabkan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,321. Pada hasil uji simultan diperoleh seluruh variabel bebas secara serentak dapat berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan disebabkan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

**Kata kunci:** *Physical Evidence, Minat Kunjung Kembali*

---

<sup>1</sup>Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

<sup>2</sup>Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu mesin penggerak perekonomian yang terbukti memberikan kontribusi terhadap kemakmuran suatu Negara. Adapun keberhasilan yang paling mudah diamati yaitu bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan tersebut puas terhadap destinasi dengan atribut yang ditawarkan oleh pengelolanya. Wisatawan yang puas akan cenderung loyal untuk kembali mengulangi liburannya di masa yang akan datang (Som Badaneh dalam Utama (2017:6). Adapun jenis daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis berdasarkan Data Dinas Pariwisata Kota Palembang tahun 2017 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Daya Tarik Wisata di Kota Palembang**

No	Jenis Daya Tarik Wisata	Jumlah
1	Wisata Alam	5
2	Wisata Sejarah dan Budaya	43
3	Wisata Hasil Buatan Manusia	16

*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Palembang tahun 2017*

Berdasarkan data diatas, Palembang merupakan salah satu kota di Indonesia yang kaya akan sejarah dan budaya di dalamnya. Terlihat banyaknya jumlah daya tarik wisata sejarah dan budaya dibandingkan dengan daya tarik wisata alam dan hasil buatan

manusia. Salah satu daya tarik wisata sejarah dan budaya yang terdapat di Kota Palembang yaitu Museum Negeri Sumatera Selatan atau yang lazim dikenal oleh wisatawan sebagai Museum Balaputra Dewa. Museum ini menampilkan cuplikan peninggalan sejarah pada peradaban manusia zaman dahulu, mulai dari kehidupan pada masa Kerajaan Sriwijaya, dimana kerajaan ini merupakan kerajaan budha terbesar di Indonesia. Selain itu, museum ini juga menampilkan koleksi lainnya seperti pakaian tradisional khas sumsel, songket khas dari berbagai daerah, senjata tradisional, mata uang, rumah limas dan ulu beserta perabotan rumah tangga di dalamnya hingga beberapa peninggalan dari kerajaan sriwijaya lainnya berupa arca dan prasasti serta beberapa barang peninggalan pada zaman kolonial belanda yang dikemas rapi di dalam ruang pameran di museum. Semakin banyaknya berbagai macam benda koleksi di Museum Negeri Sumatera Selatan, menjadikan museum ini kerap ramai dikunjungi oleh wisatawan. Adapun jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Museum Negeri pada periode 3 tahun terakhir tercatat dari tahun 2015-2017 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2015-2017**

Bulan	Tahun		
	2015	2016	2017
Jan	3701	4665	4186
Feb	5003	5218	4607
Mar	3487	6014	4963
Apr	3213	3927	3929

<sup>1</sup>Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

<sup>2</sup>Dosen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya

<b>Mei</b>	6504	7694	7311
<b>Juni</b>	5822	1397	1181
<b>Juli</b>	1335	7131	3845
<b>Agust</b>	3187	1766	6056
<b>Sep</b>	4414	5227	6352
<b>Okt</b>	6557	5563	8840
<b>Nov</b>	3429	5842	4342
<b>Des</b>	3964	4750	6393
<b>Total</b>	<b>50.616</b>	<b>59.194</b>	<b>62.005</b>

Sumber: UPTD Museum Negeri Sumatera Selatan, 2017

Berdasarkan data kunjungan wisatawan diatas, jumlah wisatawan ke Museum negeri ini berfluktuatif setiap bulannya dan mencapai penurunan yang signifikan pada bulan juni setiap tahunnya.

Menurut Sulaksono (2011:29) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan ke suatu tempat bila salah satunya adalah *Physical Evidence* yang terdiri dari 3 (tiga) dimensi penting yang saling berkaitan, yaitu Fasilitas Eksterior, Interior dan Komunikasi Fisik. Fasilitas eksterior merupakan tampilan fisik luar perusahaan yang dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung ke perusahaan tersebut, fasilitas interior yang berada di dalam ruangan dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen. Komunikasi fisik diperlukan untuk membantu kelancaran konsumen dalam menikmati suatu layanan jasa. Ketika konsumen merasa puas akan pelayanan yang di dapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas terhadap barang atau jasa yang konsumen dapatkan, besar kemungkinan konsumen akan kembali lagi dan melakukan pembelian lain dan bersedia memberikan rekomendasi kepada

kerabat dan temannya mengenai perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas maka penulis perlu mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Ke Museum Negeri Sumatera Selatan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan peneliti kemukakan yaitu:

1. Apakah ketiga dimensi *Physical Evidence* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri?
2. Apakah ketiga dimensi *Physical Evidence* dapat berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ketiga dimensi *Physical Evidence* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri.
2. Untuk mengetahui apakah ketiga dimensi *Physical Evidence* dapat berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Museum Negeri.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Bauran Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:51) pengertian bauran pemasaran adalah seperangkat alat

pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Sementara menurut Zeithaml dan Bitner dalam Suryadana dan Vanny (2015:10) pengertian bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisasikan, dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran yang efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 2.2 *Physical Evidence*

*Physical Evidence* menurut Yazid (2011:18) dalam bukunya Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi adalah sebagai berikut: “*Physical Evidence* merupakan bukti fisik jasa yang mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan dan peralatan”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Physical Evidence* (bukti fisik) merupakan elemen-elemen yang dapat mempengaruhi dalam pertukaran dari produk jasa. Bukti fisik menunjukkan kesempatan istimewa bagi perusahaan untuk mengirimkan pesan yang konsisten dan kuat berkenaan dengan upaya organisasi, segmen pasar yang dituju dan karakteristik jasa.

*Physical evidence* (bukti fisik) merupakan salah satu unsur penting dalam elemen bauran pemasaran jasa. Karakteristik utama yang membedakan jasa dari barang adalah *intangibilitas* relatif dari kebanyakan jasa. Sementara barang dapat dilihat, dirasakan, disentuh: kebanyakan jasa tidak demikian. Oleh karena itu, jasa harus dialami konsumen terlebih dahulu sebelum jasa dievaluasi. Tetapi karena besarnya kadar intangibilitas pada jasa, konsumen mendapat kesulitan dalam mengevaluasi jasa sebelum membelinya, juga dalam membandingkan alternatif jasa yang berbeda serta menilai kualitas jasa meskipun setelah mereka mengalaminya.

Pada saat konsumen tidak bisa menilai kualitas aktual suatu jasa, maka mereka bergantung kepada tanda-tanda yang *tangible* pada jasa, atau mungkin mencari-cari indikator lain dari suatu jasa. Bukti fisik juga bukan hanya penting untuk keperluan mengkomunikasikan jasa yang akan diterima konsumen seperti reparasi mobil. Bukti fisik akan semakin penting untuk jasa-jasa yang derajat keahliannya tinggi seperti hotel, rumah sakit, dan taman wisata hiburan.

*Physical Evidence* memberikan kontribusi untuk mempengaruhi pelanggan bagaimana mereka benar-benar menilai kualitas jasa sebagai bentuk nyata yang dapat memfasilitasi kinerja dan termasuk peralatan serta lingkungan dimana jasa disampaikan, termasuk ruang, tata letak, suasana, artefak, interaksi antara pelanggan, dan antara perusahaan dengan pelanggan. Pelayanan komunikasi seperti

penampilan brosur dan kop surat juga termasuk indikator penting dari kualitas . Bukti fisik berupa bangunan fisik yang dirancang untuk usaha jasa harus menarik untuk dilihat dan nyaman terlihat dari luar, kemudian tempat parkir yang luas, dekorasi yang menarik dengan memperhatikan warna cat dan tembok yang bagus untuk suasana berwisata. Peralatan tentu saja peralatan yang digunakan untuk proses wisata di dalam ruangan adalah AC, layar proyektor guna menampilkan gambar – gambar objek wisata beserta deskripsinya dan lain – lain. (Zeithaml dan Bitner dalam Utama, 2017:34).

Jadi *physical evidence* merupakan elemen substantif dalam konsep jasa. Oleh karena itu para pemasar jasa semestinya terlibat dalam proses desain perencanaan, dan pengawasan bukti fisik. *Physical evidence* yang unik juga merupakan sumber yang dapat membedakannya dengan para pesaing dan dapat memancing respon pelanggan sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **2.3 Minat Kunjung Kembali Wisatawan**

Menurut Umar dalam Bachtiar (2016:17), minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Minat berkunjung ulang disebut *revisit intention* atau minat untuk kembali berkunjung, di definisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi

(Baker dan Crompton dalam Lin (2012).

Maka dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan, minat berkunjung kembali adalah sesuatu tindakan berupa perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menghasilkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dalam jangka waktu tertentu.

Secara teoritis, pengukuran loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi wisata memang amat sulit untuk dilakukan, namun adanya komitmen untuk berkunjung kembali ke sebuah destinasi adalah indikator yang tepat untuk mengukur loyalitas. Hal ini disebabkan wisatawan yang berkeinginan untuk berkunjung kembali pasti terlebih dahulu mengalami kepuasan dan loyalitas terhadap destinasi yang telah dikunjunginya.

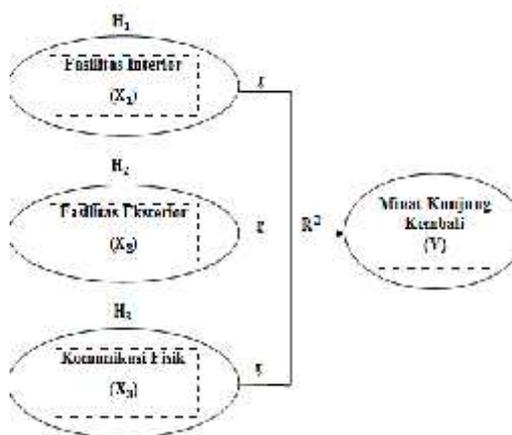
Menurut Sopyan (2015:33) minat kunjung ulang atau kembali adalah keinginan yang kuat dari pengunjung untuk kembali berkunjung diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung pasca kunjungan pada waktu lampau. Adapun indikator yang mempengaruhi minat kunjung kembali wisatawan menurut Zeithaml dan Bitner dalam Utama (2017:207) terdiri atas:

- a. Adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut.
- b. Rela menceritakan kepuasannya terhadap destinasi tersebut kepada orang lain
- c. Bersedia merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi.

- d. Pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif kepada destinasi
- e. Selalu melakukan hubungan sosial yang harmonis dengan pihak pengelola destinasi wisata.
- f. Pengunjung berkeinginan untuk memberikan masukan demi perbaikan destinasi wisata di masa depan.

## 2.4 Kerangka Berpikir

Adapun dalam menjawab secara keseluruhan permasalahan seperti yang telah dijelaskan pada rumusan masalah maka alur kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Sumber: Dikembangkan dari Hoffman dan Bateson dalam Sulaksono (2011:15).

## 2.5 Hipotesis

Adapun hipotesis atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini antara lain:

H1: Diduga ketiga dimensi *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan

H2: Diduga ketiga dimensi *Physical Evidence* berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung kembali wisatawan.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Pendekatan Ruang Lingkup Penelitian

Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial serta mengumpulkan data yang terdiri dari data primer dan sekunder.

Peneliti melakukan penelitian di Museum Negeri Sumatera Selatan yang beralamat di Jalan Srijaya 1 No. 288 Km. 5.5 Palembang. Adapun objek dari penelitian ini yaitu wisatawan yang telah mengetahui lebih banyak atau pernah minimal 1 (satu) kali berkunjung ke Museum Negeri.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner
2. Riset Kepustakaan

### 3.3 Populasi dan Sampel

Adapun populasi pada penelitian ini sebanyak 62.005 orang berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2017.

Penarikan sampel menggunakan teknik sampel non probabilitas yaitu *Purposive Sampling* dengan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:122). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga didapatkan hasil sebesar 100 responden.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:172) menyatakan uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur mampu mendapatkan/mengukur data instrumen penelitian. Kriteria pengujian adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Pada penelitian ini ditentukan nilai  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka angka yang diperoleh sebesar 0,196.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

FI 1	0,443	0,196	Valid
FI 2	0,533	0,196	Valid
FI 3	0,656	0,196	Valid
FI 4	0,610	0,196	Valid
FI 5	0,611	0,196	Valid
FI 6	0,599	0,196	Valid
FI 7	0,592	0,196	Valid
FE 1	0,640	0,196	Valid
FE 2	0,464	0,196	Valid
FE 3	0,769	0,196	Valid
FE 4	0,636	0,196	Valid
FE 5	0,540	0,196	Valid
KF 1	0,281	0,196	Valid
KF 2	0,639	0,196	Valid
KF 3	0,495	0,196	Valid
KF 4	0,556	0,196	Valid
KF 5	0,612	0,196	Valid
KF 6	0,269	0,196	Valid
MKK 1	0,672	0,196	Valid
MKK 2	0,790	0,196	Valid
MKK 3	0,843	0,196	Valid
MKK 4	0,688	0,196	Valid
MKK 5	0,507	0,196	Valid
MKK 6	0,493	0,196	Valid

Sumber: Hasil olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh dimensi *Physical Evidence* dan minat kunjung kembali dinyatakan valid dikarenakan nilai masing-masing  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

### 4.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan suatu indikator yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran variabel. Suatu instrument dikatakan realibilitas apabila jawaban setiap pernyataan memiliki nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Priyatno, 2012:120).

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reabilitas Instrumen**

Variabel	$r_{hitung}$ <i>Cronbach Alpha</i>	Ket
X1	0,776	Reliabel
X2	0,734	Reliabel
X3	0,642	Reliabel
Y	0,749	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas dinyatakan bahwa seluruh variabel dinyatakan reabilitas dikarenakan  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh item pernyataan cocok digunakan untuk penelitian.

### 4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Kriteria pengujian dengan melihat nilai *Asymp.sig* lebih besar dari taraf signifikansi. Adapun tingkat signifikansi ditentukan sebesar 0,05.

**Tabel 4.3**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov**  
**Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,650587
	Absolute	,067
Most Extreme Differences	Positive	,067
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		,666
Asymp. Sig. (2-tailed)		,766

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, bahwa nilai *Asymp.sig* sebesar  $0,766 > 0,05$  maka asumsi normalitas distribusi secara normal.

#### 4.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Ketentuannya jika *Tolerance* lebih dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Priyatno, 2013: 60).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Var	Tolerance	VIF	Ket
(X1)	0,464	2,154	Tidak terjadi multikolinieritas

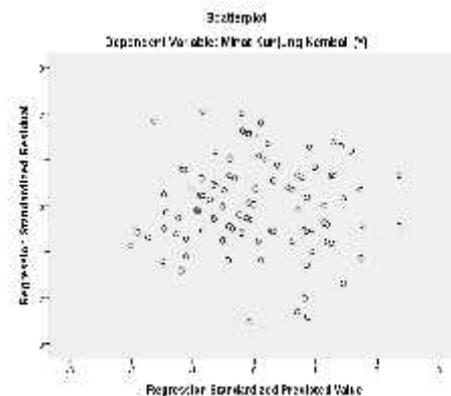
(X2)	0,445	2,249	Tidak terjadi multikolinieritas
(X3)	0,663	1,507	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil diatas, diketahui bahwa nilai *Tolerance* mendekati 1 dan ketiga variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

#### 4.5 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan *Scatterplot* sebagai berikut.



Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

#### 4.6 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat (Priyatno, 2013:56).

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 <sup>a</sup>	,316	,295	2,69168

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Fisik (X3), Fasilitas Interior (X1), Fasilitas Eksterior (X2)

b. Dependent Variable : Minat Kunjung Kembali (Y)

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil diatas bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,295 = 29,5% dari minat kunjung kembali wisatawan yang dipengaruhi oleh *Physical Evidence*. Sedangkan sisanya sebesar 70,5 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.7 Uji t (Uji Parsial)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji t adalah membandingkan antara thitung dan ttabel pada derajat signifikan 0,05 (Priyatno, 2013:50).

Model	t	Sig.
	3,763	,000
X1	2,041	,044
X2	,998	,321
X3	2,692	,008

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil analisis diatas, menunjukkan bahwa X1 dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali.

Sedangkan X2 dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung kembali.

#### 4.8 Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (serentak). Jika Fhitung lebih besar dari Ftabel maka variabel bebas berpengaruh secara simultan.

Model	F	Sig.
Regression	14,778	,000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Berdasarkan hasil analisis tersebut, Fhitung lebih besar dari Ftabel 14,778 > 3,25 dan memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga ketiga variabel bebas *Physical Evidence* dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat kunjung kembali.

#### 4.9 Analisis Regresi Berganda

Pengaruh *Physical Evidence* terhadap minat kunjung kembali wisatawan dapat dinyatakan berdasarkan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,697 + 0,215 X_1 + 0,135 X_2 + 0,286 X_3$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 8,697 jika tidak ada variabel bebas X1, X2, dan X3 maka minat kunjung kembali dipengaruhi oleh konstanta 8,697. X1 sebesar 0,215 setiap penambahan satu nilai akan memberikan kenaikan skor terhadap minat kunjung kembali sebesar 0,215 (21,5%).

X2 sebesar 0,135 setiap penambahan satu nilai akan

memberikan kenaikan skor terhadap minat kunjung kembali sebesar 0,135 (13,5%).

X3 sebesar 0,286 setiap penambahan satu nilai akan memberikan kenaikan skor terhadap minat kunjung kembali sebesar 0,286 (28,6%).

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil uji t, ketiga dimensi *Physical Evidence* hanya X1 dan X3 yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali. Sedangkan X2 dinyatakan tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali dikarenakan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,321 dimana lebih besar dari 0,05.
2. Berdasarkan uji simultan/serentak (Uji F) seluruh variabel *Physical Evidence* secara serentak dapat berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan dikarenakan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 14,778 dimana lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,25. Sedangkan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, adapun saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Fasilitas yang ada di museum baik yang berkenaan dengan interior dan komunikasi fisik, sebaiknya pengelola tetap

mempertahankan serta melengkapi kembali sarana yang rusak/tidak tersedia berdasarkan beberapa pendapat dari wisatawan yang telah berkunjung ke museum.

2. Pihak museum perlu mengelola dan melakukan perbaikan lebih lanjut dengan baik beberapa komponen terutama fasilitas eksterior. Adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak museum yaitu lebih menata kembali lingkungan eksterior museum dengan menjaga dan merawat kembali bagian lahan belakang museum yang kosong sehingga terkesan rapi dan asri. Memosisikan pintu keluar bagi wisatawan yang terletak dibelakang museum dengan diisi berbagai kedai/kantin dan beberapa bangunan yang dikhususkan menjual beberapa oleh-oleh khas Palembang. Hal ini bertujuan agar memudahkan wisatawan untuk mengetahui tersedianya kantin di lingkungan museum agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan itu sendiri serta menimbulkan kesan yang menarik dan mudah diingat oleh wisatawan berkaitan dengan persepsi yang menganggap museum tidak hanya menyajikan edukasi sejarah dan budaya saja akan tetapi dapat menjadikan museum sebagai ajang rekreasi wisata belanja bagi wisatawan terutama yang berasal dari luar daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ririn Orpas. 2017. *Pengaruh Personal Selling dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di PT Sako Holiday Palembang*. Administrasi Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Alimin, Budi. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Konsumen pada Hotel Bintang Dua di Kota Palembang*. Program Studi Pasca Sarjana Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Dhiba, Ich Diana Sarah & A. Maduwinarti. 2014. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Minat Pengunjung pada Objek Wisata Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH Surabaya", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol.1 No.1 Hal.94 – 109.
- Bachtiar, M. Latief. 2016. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta
- Budi. 2007. *Analisa Pengaruh Physical Evidence Restoran Toko Oen Malang yang bernuansa kuno terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Malang
- Cahyono, Agung Dwi. 2013. *Pengaruh Pelayanan dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bliss Pool and Lounge Yogyakarta)*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen. Universitas Sanata Dharma.
- Fernando, Sona. 2009. *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Baltika Bandung*. Bandung
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan M. Iqbal. 2003. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jericho, M. Milzam. 2017. *Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Sriwijaya Mega Wisata Palembang*. Administrasi Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya
- Oktapiandi. 2014. *Hubungan Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus: Karyawan Dinas Pagi RS Tingkat II Dr. AK.Gani Palembang)*. Administrasi

- Bisnis. Politeknik Negeri  
Sriwijaya
- Semarang: Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis.  
Universitas Diponegoro
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono. 2002. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran Edisi Revisi Ke – 7*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Putra, Lovely Nanda. 2013. *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta – Padang (Survey Pada Pengguna Maskapai Batavia Air di UPI, UNPAD dan ITB)*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Rai Utama, I Gusti Bagus. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Sulaksono, Agung Joko. 2011. *Pengaruh Physical Evidence terhadap loyalitas konsumen Café Rocketz Solo*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret
- Riduwan. 2011. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Suryadana, M. Liga & V. Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Sari, Octe Pusvita. 2016. *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Bakso dan Mie Ayam Midun Palembang*. Administrasi Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Silaen, Sofar & Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: In Media
- Sopyan. 2015. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)*
-