PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG (STUDI KASUS PADA MUSEUM BALAPUTRA DEWA)

Rochmah Dewi Suryani
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya
rochmah.dewi@gmail.com

Pembimbing:
Rini, S.E., M.AB.
Fetty Maretha, S.E., M.M.

Abstract

The purpose of this research are the effect of tourism product to visitor's satisfaction, the effect of visitor's satisfaction to loyalty, the effect of toursim product to visitor's loyalty, and the effect of tourism product through visitor's satifaction to loyalty. Data type in this research are primary data and secondary data. The data in this research is obtained from questionnaire, observation, documentation and literature study. The population is visitor's of Balaputra Dewa Museum with 100 respondents. The sampling technique that used in this research is non probability sampling namely purposive sampling. This research used path analysis, test of assumption, test of hypotheses. The result showed the tourism product have effect to visitor's satisfaction, visitor's satisfaction have effect to loyalty, toursim product have effect to visitor's loyalty, and tourism product through visitor's satifaction have effect to loyalty.

Keywords: Tourism Product, Visitor's Satisfaction, Visitor's Loyalty

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan sektor yang diperhitungkan demi kemajuan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data BPS dan Pusdatin Kemenpar (2016), sektor pariwisata mengalami peningkatan dalam menyumbang devisa negara Indonesia. Sektor pariwisata juga memiliki peran penting bagi Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan memeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja serta mendorong pembangungan daerah.

Hal ini tidak terlepas karena Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi di bidang pariwisata karena memiliki keindahan alam, beragam budaya, suku, adat maupun bahasa. Pemerintah pusat pun bersinergi dengan pemerintah daerah dalam membangun dan mengembangkan pariwisata di setiap daerah. Salah satu provinsi di Indonesia yang sedang gencar dalam membangun dan mengembangkan pariwisatanya adalah provinsi Sumatera Selatan terutama di kota Palembang. Ditambah lagi dengan Kota Palembang menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan Asian Games yang akan diadakan pada tanggal 18 Agustus – 02 September 2018 bersama dengan Jakarta. Karena ini akan membuat semua Asia akan melihat bagaimana Kota Palembang tersebut, secara tidak langsung disamping para atlet akan berlomba dalam memenangkan kompetisi tersebut, mereka juga akan berkunjung ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Kota Palembang.

Palembang yang terkenal dengan wisata budaya, sejarah dan kuliner harus mampu meningkatkan jumlah wisatawan dengan destinasi wisata, daya tarik wisata, dan terus melakukan perbaikan dalam bidang pariwisatanya. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan pun mempersiapkan 11 destinasi wisata yang akan disiapkan untuk menyambut Asian Games 2018 tersebut. Dan salah satu destinasi wisata yang termasuk dalam 11 destinasi tersebut adalah Museum Balaputra Dewa.

Museum Balaputra Dewa harus terus memperbaiki dan meningkatkan kualitasnya guna untuk menjaga wisatawan agar tetap berkunjung ulang dan meningkatkan jumlah wisatawan yang

berkunjung ke museum tersebut. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kembali ke museum tersebut adalah kepuasan pengunjung.

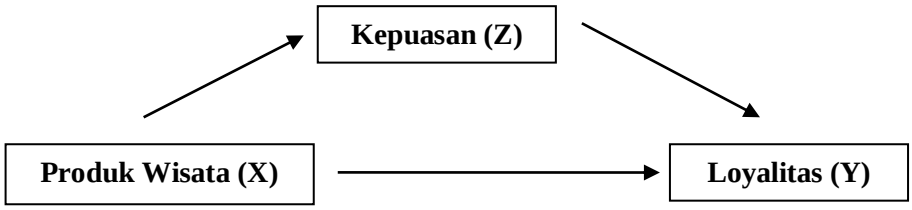
Pengunjung yang merasa tidak puas akan menyebabkan *customer exit* dan dalam jangka panjang sehingga dapat menurunkan jumlah kunjungan ke destinasi wisata tersebut. Sebaliknya wisatawan nusantara maupun mancanegara yang merasa puas selama mengunjungi destinasi wisata tersebut akan menciptakan gambaran yang positif dan mendorong penciptaan loyalitas bagi pengunjung di masa yang akan datang, sehingga pada akhirnya akan mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan seperti jumlah pengunjung, lama tinggal, jumlah pengeluaran pengunjung, permintaan produk industri pariwisata, dan kinerja industri pariwisata.

Salah satu unsur yang penting dan kunci dalam destinasi wisata tersebut akan berkembang atau tidaknya di masa mendatang dan juga merupakan faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata tersebut adalah produk wisata. Produk wisata tersebut meliputi atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Balaputra Dewa, apakah kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa, apakah produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa dan apakah produk wisata melalui kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.

Bahan dan Metode

Secara sistematik, kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

H_1: Diduga produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.

H_2: Diduga kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.

H_3: Diduga produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.

H_4: Diduga produk wisata melalui kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Museum Balaputra Dewa. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling.*

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan Di Museum Balaputra Dewa

Tahun	Tiket		Non Tiket		Jumlah
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	
2013	17.237	325	14.450		32.012
2014	25.354	381	16.792		42.527
2015	26.410	386	23.850		50.646
2016	29.153	1.084	27.100	-	59.194
2017	34.718	920	26.351	16	62.005

Sumber: Data Museum Balaputra Dewa tahun 2018

Berdasarkan jumlah populasi akan ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden penelitian. Jumlah sampel secara menyeluruh di tetapkan berdasarkan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:
n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = batas toleran kesalahan (*error*)

Dengan menggunakan tingkat presisi 10% maka ukuran sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{62.005}{1 + 62.005\,(0.1)^2}$$
$$= 99{,}85 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin maka diperoleh jumlah sampel sebesar 99,85 kemudian nilai tersebut dibulatkan menjadi 100 responden. Kuesioner penelitian dalam penelitian ini yaitu pertama adalah identitas responden seperti nama, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, domisili, jumlah kunjungan dan pekerjaan. Yang kedua yaitu pertanyaan-pertanyaan tertutup meliputi semua variabel. Teknik analisis datanya yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas), analisis jalur, uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pengunjung Museum Balaputra Dewa pada penelitian ini ada pada Tabel 2. berikut ini:

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2. terlihat bahwa responden perempuan merupakan responden terbanyak sejumlah 56 orang atau 56%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebesar 44 orang atau sebesar 44% dari total 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Adapun komposisi responden berdasarkan aspek usia dapat dilihat pada Tabel 3. berikut ini:

Tabel 3. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	34	34%
20-30 tahun	55	55%
30-40	5	5%
Lebih dari 40 tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3. terlihat bahwa usia responden dari penelitian ini yang menjadi sampel dari 100 orang, yaitu usianya kurang dari 20 tahun ada 34 orang yakni sebesar 34% responden, usia antara 20 sampai dengan 30 tahun ada sebanyak 55 orang yakni 55% responden, usia antara 30 sampai dengan 40 tahun ada sebanyak 5 orang yakni 5% responden dan usia lebih dari 40 tahun ada sebanyak 6 orang yakni 6% responden. Adapun komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.. berikut ini:

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	5	5%
SMA	30	30%
Diploma	6	6%
Sarjana	59	59%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4. terlihat bahwa tingkat pendidikan responden yang terdiri dari SMP sebanyak 5 orang yakni 5% responden, SMA sebanyak 30 orang yakni 30% responden, Diploma sebanyak 6 orang yakni 6% responden dan Sarjana sebanyak 65 orang yakni 65% responden. Adapun data mengenai domisili responden pengunjung Museum Balaputra Dewa pada penelitian ini ada pada Tabel 5. berikut ini:

Tabel 5. Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Persentase
Palembang	88	88%
Luar Palembang	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 5. terlihat bahwa responden yang berdomisili di Palembang sejumlah 88 orang atau 88%, sedangkan sisanya adalah responden yang berdomisili di Luar Palembang sebesar 12 orang atau sebesar 12%. Adaoun komposisi responden berdasarkan jumlah kunjungan ke Museum Balaputra Dewa pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6. berikut ini:

Tabel 6. Jumlah Kunjungan Responden

Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase
2-3 Kali	56	56%
4-5 Kali	18	18%
Lebih dari 5 Kali	26	26%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 6. terlihat bahwa jumlah kunjungan responden ke Museum Balaputra Dewa sebanyak 2-3 Kali sebesar 56 orang yakni 56% responden, 4-5 Kali sebesar 18 orang yakni

18% responden dan lebih dari 5 Kali sebesar 26 orang yakni 26% responden. Adapun komposisi responden berdasarkan aspek pekerjaan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7. berikut ini:

Tabel 7. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	56	56%
Pegawai Negeri Sipil	25	25%
Karyawan Swasta	15	15%
Wirausaha	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 7. terlihat bahwa pekerjaan responden yang terdiri dari Mahasiswa/Pelajar sebanyak 56 orang yakni 56% responden, Pegawai Negeri Sipil sebanyak 25 orang yakni 25% responden, Karyawan Swasta sebanyak 15 orang yakni 15% responden dan wirausaha sebanyak 4 orang yakni 4% responden.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung yang telah mengunjungi Museum Balaputra Dewa minimal 2 kali. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r table. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka dapat disimpulkan semua indikator valid (Ghozali dalam Sopyan, 2015). Penentuan nilai $r_{\text{-tabel}}$ adalah dengan melihat tingkat signifikansi 5% maka angka yang diperoleh adalah 0,361, bisa dipakai atau tidak (validitas) butir-butir pertanyaan dalam kuisioner. Uji validitas yang dilakukan terhadap 30 orang responden menghasilkan pengujian yang telah dilakukan pada masing-masing item menunjukkan $r_{\text{-hitung}} > 0{,}361$ ($r_{\text{-tabel}}$). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang di uji adalah valid.

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel, dikatakan reliable atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan mendapatkan hasil yang stabil atau konsisten. Suatu instrument dikatakan reliable apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 orang responden menunjukkan, semua variabel dinyatakan reliable atau handal. Hal ini diketahui dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 berarti hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat layak atau handal dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov*, dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka jika nilai Asymp.sig. (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal. Berdasarkan *output* data dari hasil uji normalitas pada *One Sampe Kolmogorov-Sminrov Test* diperoleh nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* sebesar 0,057. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, yaitu 0,057 > 0,05 jadi dapat dinyatakan asumsi normalitas terpenuhi atau data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menghindari ditemukannya adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *Tolerance* di atas 0,10 atau nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil penghitungan pada Tabel 4.14. diperoleh nilai VIF pada Produk Wisata (X) sebesar 6,104 dan Kepuasan Pengunjung (Z) sebesar 6,104 serta nilai tolerance Produk Wisata (X) sebesar 0,164 dan Kepuasan Pengunjung (Z) sebesar 0,164. Artinya, karena nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance di atas 0,10, maka dalam model ini tidak terjadi atau bebas gejala multikoliniearitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali dalam Sopyan, 2011). Heteroskedastisitas diuji dengan

menggunakan uji *Scatterplot.* Uji *Scatterplot* digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heterokedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara lain nilai prediksi varibel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residunya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya Heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumby Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi –Y sesungguhnya) yang telah di *studentized.* Hasil dari Model *Scatterplot* diketahui bahwa titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Untuk pengujian hipotesis 1 ini menggunakan uji t. Jika t hitung > t tabel, maka menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. nilai t_{-tabel} yang ditentukan sebagai berikut:

df = n - k - 1 maka 100 - 3 - 1 = 96 dengan α = 5% atau 0,05/2 = 0,025

Sehingga didapatkan nilai t_{-tabel} sebesar 1,984. Untuk menentukan besarnya pengaruh Produk Wisata (X) terhadap Kepuasan Pengunjung (Z) dilihat pada standardized coefficient (Beta).

Tabel 8.
Hasil Analisis Jalur I (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,038	1,004		-2,031	,045
	X	,276	,012	,914	22,366	,000

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data diolah,2018

Hasil uji t untuk variabel produk wisata diperoleh hasil $t_{-hitung}$ 22,366 > t_{-tabel} 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka artinya Produk Wisata (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Z). Besarnya pengaruh Produk Wisata (X) terhadap Kepuasan Pengunjung (Z) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,914.

Tabel 9
Hasil Analisis Jalur I (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,914[a]	,836	,835	1,425

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh hasil uji koefisien determinan adalah angka R sebesar 0,914 menunjukkan korelasi atau hubungan antara Produk Wisata (X) dengan Kepuasan Pengunjung (Z) adalah kuat. Angka R Square adalah 0,836. Hal ini menjelaskan bahwa 83,6% dari Kepuasan Pengunjung (Z) bisa dijelaskan oleh Produk Wisata (X). Sedangkan sisanya 16,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model atau faktor lain.

Untuk pengujian hipotesis 2 ini hasil uji t untuk variabel kepuasan pengunjung diperoleh hasil $t_{-hitung}$ 3,998 > t_{-tabel} 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka artinya Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Besarnya pengaruh Kepuasan Pengunjung (Z) terhadap Loyalitas Pengunjung (Z) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,550. Bisa dilihat pada tabel 10 di bawah ini :

Tabel 10
Hasil Analisis Jalur II (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,791	1,338		2,086	,040
	X	,088	,040	,304	2,210	,029
	Z	,527	,132	,550	3,998	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah,2018

Untuk pengujian hipotesis 3 ini hasil uji t untuk variabel produk wisata diperoleh hasil $t_{-hitung}$ 2,210 > t_{-tabel} 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,029 < 0,05 maka artinya Produk Wisata (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Besarnya pengaruh Produk Wisata (X) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,304,

Untuk hasil pengujian hipotesis 4 dapat dilihat pada tabel 11 di bawah ini :

Tabel 11.
Hasil Analisis Jalur II (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	782,945	2	391,473	113,009	,000[b]
	Residual	336,015	97	3,464		
	Total	1118,960	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X

Sumber: Data diolah,2018

Nilai $F_{\text{-tabel}}$ ditentukan sebagai berikut:

df (n1) = k – 1 maka 3 - 1 = 2
df (n2) = n – k maka 100 – 3 = 97

Keterangan:
df (n1) = pembilang
df (n2) = penyebut
k = jumlah variabel yang diteliti
n = jumlah responden

Berdasarkan hasil uji f diperoleh hasil $f_{\text{-hitung}}$ 113,009 > $f_{\text{-tabel}}$ 3,09 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Berdasarkan tabel Analisis Jalur Model I dan II maka dapat diambil kesimpulan, yaitu :

1. Pengaruh langsung (*direct effect*)
   a. Pengaruh langsung Produk Wisata (X) terhadap Kepuasan Pengunjung (Z) = 0,914
   b. Pengaruh langsung Produk Wisata (X) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) = 0,304
   c. Pengaruh langsung Kepuasan Pengunjung (Z) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) = 0,550
2. Pengaruh tidak langsung (in*direct effect*)
   Pengaruh tidak langsung Produk Wisata terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) melalui Kepuasan Pengunjung (Z) terhadap = 0,914 X 0,550 = 0,5027
3. Pengaruh total (total effect)
   Pengaruh total merupakan pengaruh langsung Produk Wisata (X) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) ditambah dengan pengaruh tidak langsung Produk Wisata terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) melalui Kepuasan Pengunjung (Z) yaitu 0,304 + 0,5027 = 0,8067.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,304 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,8067 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Produk Wisata (X) melalui Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y).

Tabel 12.
Hasil Analisis Jalur II (Koefisien Determinasi)

Model Summary

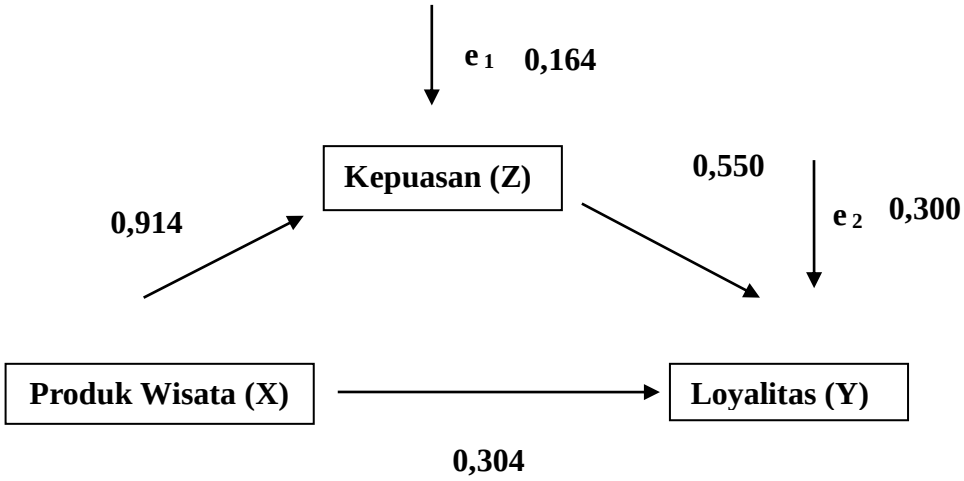
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,836[a]	,700	,694	1,861

a. Predictors: (Constant), Z, X

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 12. diperoleh hasil uji koefisien determinan adalah angka R sebesar 0,836 menunjukkan korelasi atau hubungan antar variabel adalah Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) dengan Loyalitas Pengunjung (Y) adalah kuat. Angka R Square adalah 0,700. Hal ini menjelaskan bahwa 70% dari Loyalitas Pengunjung (Y) bisa dijelaskan oleh Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) sedangkan sisanya 30% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model atau faktor lain.

Adapun model dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2. Model

Kesimpulan dan Saran

Maka dapat ditarik kesimpulan yang pertama yaitu berdasarkan hasil uji t untuk variabel produk wisata diperoleh hasil $t_{\text{-hitung}}$ 22,366 > $t_{\text{-tabel}}$ 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka artinya Produk Wisata (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Z). Besarnya pengaruh Produk Wisata (X) terhadap Kepuasan Pengunjung (Z) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,914. Begitu juga dengan hasil uji koefisien determinan adalah angka R sebesar 0,914 menunjukkan korelasi atau hubungan antara Produk Wisata (X) dengan Kepuasan Pengunjung (Z) adalah kuat. Angka R Square adalah 0,836. Hal ini menjelaskan bahwa 83,6% dari Kepuasan Pengunjung (Z) bisa dijelaskan oleh Produk Wisata (X). Sedangkan sisanya 16,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model atau faktor lain. Yang kedua, berdasarkan hasil uji t untuk variabel kepuasan pengunjung diperoleh hasil $t_{\text{-hitung}}$ 3,998 > $t_{\text{-tabel}}$ 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 maka artinya Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Besarnya pengaruh Kepuasan Pengunjung (Z) terhadap Loyalitas Pengunjung (Z) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,550. Yang ketiga, berdasarkan hasil uji t untuk variabel produk wisata diperoleh hasil $t_{\text{-hitung}}$ 2,210 > $t_{\text{-tabel}}$ 1,984 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,029 < 0,05 maka artinya Produk Wisata (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Besarnya pengaruh Produk Wisata (X) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) dilihat pada standardized coefficient (Beta) sebesar 0,304. Yang keempat, berdasarkan hasil uji f diperoleh hasil $f_{\text{-hitung}}$ 113,009 > $f_{\text{-tabel}}$ 3.09 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) maka artinya bahwa Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Berdasarkan hasil nilai pengaruh langsung sebesar 0,304 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,8067 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Produk Wisata (X) melalui Kepuasan Pengunjung (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinan adalah angka R sebesar 0,836 menunjukkan korelasi atau hubungan antar variabel adalah Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) dengan Loyalitas Pengunjung (Y) adalah kuat. Angka R Square adalah 0,700. Hal ini menjelaskan bahwa 70% dari Loyalitas Pengunjung (Y) bisa dijelaskan oleh Produk Wisata (X) dan Kepuasan Pengunjung (Z) sedangkan sisanya 30% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model atau faktor lain.

Berdasarkan kesimpulan diatas hasil penelitian ini penulis memberikan saran yaitu, yang pertama dari produk wisata yaitu atraksi bisa dengan membuat pertunjukan seperti teater, wayang tari tradisional. Kemudian menambahkan lagi spot yang cocok untuk mengambil foto. Yang kedua, dari produk wisata yaitu amenitas yaitu dengan menambahkan papan nama bahwa dalam ruangan tersebut terdapat perpustakaan agar pengunjung Museum Balaputra Dewa tahu bahwa di dalam ruangan tersebut terdapat perpustakaan. Kemudian Museum Balaputera Dewa membuka toko

souvenir atau oleh-oleh, dimana pengunjung Museum Balaputra Dewa bisa membeli souvenir atau oleh-oleh khas seperti miniatur rumah limas, rumah ulu, dan lain-lain. Yang ketiga, dari produk wisata yaitu aksesibilitas dengan memperbanyak petunjuk arah menuju Museum agar semakin mempermudah pengunjung untuk datang ke Museum Balaputra Dewa tersebut. Kemudian dengan menambahkan shuttle bus pariwisata atau bentuk transportasi lainnya yang dipersiapkan khusus untuk berhenti di beberapa destinasi wisata. Yang keempat, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya seperti bauran pemasaran, kualitas layanan, dan lain-lain.

Daftar Pustaka

Adeline, dkk., 2012. '*Tinjauan Produk Wisata Potensial Di Pantai Matras Kabupaten Bangka'. E-Journal*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara

BPS, Pusdatin Kemenpar. 2017. *Perolehan Devisa Negara Menurut Lapangan Usaha*. Jakarta

Meriati, dkk., 2015. *Buku Panduan Museum Negeri Sumatera Selatan*. Palembang

Nunuk, 2017. 'Analisis Pengaruh Kepuasan Produk Wisata Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan DIY)'. *E-Journal*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU Yogyakarta

Nurul, 2012. 'Pengaruh Produk Wisata, Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan Dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung (Studi Kasus Pada Taman Wisata Alama Botani Jember)'. *E-Journal*. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember

Raja, 2017. *11 Destinasi Wisata di Palembang Bersiap Sambut Asian Games 2018*. (https://travel.detik.com/travel-news/, diakses 24 Maret 2018)

Riska, Kastolani, Daluarti, 2017. 'Pengaruh Produk Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Minang Fantasy Waterpark And Resort Di Kota Padang Panjang Serta Pada Loyalitas Wisatawan'. *E-Journal*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Saputro, 2014. 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Arafah Sukoharjo'. Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta

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)'. *Skripsi* pada Program Strata I Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Stella, 2017. 'Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang'. *E-Journal*. Malang: Universitas Merdeka Malang

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, 2011. *Riset Bisnis dengan Analisis Jalur SPSS.* Yogyakarta: Gava Media

Umar, Husein, 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Pembentukan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Unit Pelaksanaan Teknis Dinas Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan

Undang-Undang Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum