

Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Perempuan dalam Mendukung Daya Saing Internasional Museum Sejarah Kota Bandung

Ratna Nurfadila^{1*}, Rezky Afiahtul Barokah²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received (21-07-2026)

Revised (13-09-2026)

Accepted (13-09-2026)

Keywords:

Service Quality, Tourist Facilities,
Tourist Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to examine service quality, tourist facilities, and satisfaction among female tourists, and to analyze the partial and simultaneous effects of service quality and tourist facilities on female tourist satisfaction in supporting the international competitiveness of the Bandung City History Museum. Preliminary observations indicated that the museum's service quality and facilities have not yet optimally met the needs of female tourists, particularly regarding staff responsiveness and restroom facilities. This study used a quantitative approach with descriptive and verificative methods. Data were collected from 100 female visitors through a Likert-scale questionnaire, with the minimum sample size determined using the Lemeshow formula. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test and F-test) using SPSS 27. The results show that service quality and tourist facilities each have a positive and significant effect on female tourist satisfaction, and simultaneously explain 65.6% of the variance in satisfaction. Staff responsiveness and the completeness of restroom facilities were identified as priority areas for improvement to enhance female tourist satisfaction and the museum's international competitiveness.

Kata Kunci:

Kualitas Layanan, Fasilitas
Wisata, Kepuasan Wisatawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan perempuan, serta menganalisis pengaruh kualitas layanan dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan perempuan baik secara parsial maupun simultan dalam mendukung daya saing internasional Museum Sejarah Kota Bandung. Observasi awal menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas Museum belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan wisatawan perempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Data yang dikumpulkan dari 100 responden perempuan melalui kuesioner berskala likert, dengan jumlah sampel minimal ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, serta uji hipotesis (Uji t dan Uji f) dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas wisata masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan, serta secara simultan mampu menjelaskan 65,6% variasi kepuasan wisatawan. Daya tanggap petugas dan kelengkapan fasilitas toilet menjadi aspek prioritas yang perlu ditingkatkan guna mendukung kepuasan wisatawan perempuan dan daya saing internasional Museum.



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2026 by Author.
Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi, baik pada skala global maupun nasional, karena berperan dalam peningkatan devisa, penciptaan lapangan pekerjaan, penggerak ekonomi, serta promosi suatu negara (Kasinem, 2020;

*Corresponding author.

E-mail: ratnanurfadila3@gmail.com (Ratna Nurfadila)

Alifiyanti & Rois, 2023). Di Indonesia, devisa pariwisata menunjukkan pemulihan signifikan dari USD 0,54 miliar pada tahun 2021 menjadi USD 7,03 miliar pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2024). Kota Bandung, sebagai salah satu destinasi wisata perkotaan, turut mengalami tren pemulihan kunjungan wisatawan pasca pandemi, dengan total kunjungan yang terus meningkat hingga mencapai 8.598.317 wisatawan pada tahun 2024.

Perubahan minat wisatawan yang tidak lagi sekedar mencari hiburan tetapi juga pengalaman edukatif dan kultural, menjadikan Museum sebagai destinasi yang semakin relevan. Museum Sejarah Kota Bandung merupakan salah satu potensi wisata sejarah penting karena bangunannya diakui sebagai cagar budaya golongan A dengan nilai historis sejak masa colonial (PPIS Kota Bandung; Perda Kota Bandung No. 19 Tahun 2009). Namun demikian, pengelolaan Museum masih menghadapi persoalan pada aspek kualitas layanan dan fasilitas wisata. Berdasarkan kajian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2024), Museum belum memiliki organisasi pengelola tetap yang secara khusus melayani pengunjung secara sistematis, pelayanan informasi masih terbatas, dan operasional Museum lebih berfokus pada pemeliharaan fisik harian dibanding peningkatan pengalaman pengunjung.

Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kepuasan wisatawan khususnya wisatawan perempuan yang memiliki kebutuhan khusus terkait kebersihan, keamanan, kenyamanan ruang, kejelasan informasi dan responsivitas petugas. Perspektif gender dalam pariwisata menegaskan bahwa pengalaman social wisatawan berdasarkan gender (Gonda *et al.*, 2024; Tosun *et al.*, 2024), sehingga penilaian terhadap kualitas layanan dan fasilitas wisata oleh wisatawan perempuan turut dipengaruhi aspek keamanan, kebersihan, aksesibilitas, dan kemampuan destinasi memenuhi kebutuhan khusus mereka (Purta, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum sepenuhnya konsisten mengenai pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan (Komalasary *et al.*, 2025; Ridwan & Sukriadi, 2022; Ajeng & Merdiani, 2026). Sementara penelitian lain pada objek Museum menunjukkan bahwa fasilitas tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Lestari & Nh, 2025). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya ruang untuk pengujian empiris lebih lanjut, terutama pada konteks Museum Sejarah dengan segmen wisatawan perempuan yang relatif belum banyak dikaji di Indonesia.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh kualitas layanan dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan yang secara khusus difokuskan pada segmen wisatawan perempuan. Museum Sejarah Kota Bandung, dikaitkan dengan upaya mendukung daya saing internasional destinasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan perempuan baik secara parsial maupun simultan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan upaya untuk menyeimbangkan ekspektasi pelanggan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara tepat dan akurat, dan berkelanjutan (Mentang *et al.*, 2021). Kualitas layanan baik atau buruk ditentukan oleh kesesuaian antara ekspektasi pengunjung dengan pengalaman yang mereka terima (Kotler, 2002 dalam Vidyaningrum, 2024). Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (dalam Yusriadi, 2018) mengemukakan bahwa suatu layanan dianggap berkualitas tinggi apabila mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen, yang diukur melalui lima dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *realibity* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (dalam Hamirul, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai kapabilitas organisasi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan keinginan, dan ekspektasi pelanggan secara konsisten, mencakup sikap petugas, kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, ketepatan prosedur, serta kapabilitas dalam menangani keluhan.

Fasilitas Wisata

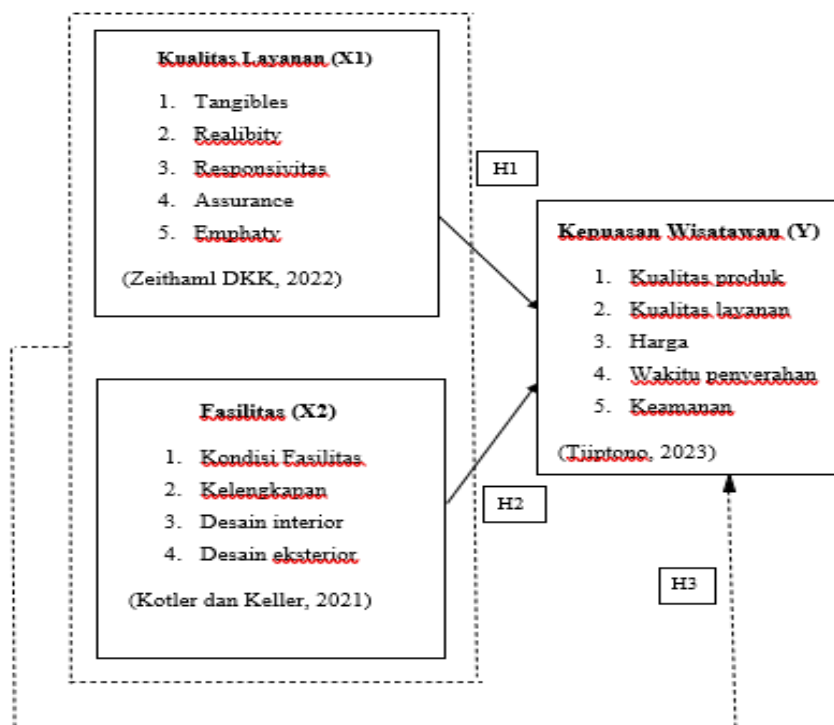
Fasilitas diartikan sebagai sumber daya fisik yang wajib tersedia agar pelanggan mampu mengakses layanan yang ditawarkan oleh sebuah organisasi (Alana & Putro, 2020). Fasilitas wisata didefinisikan sebagai seluruh elemen yang berfungsi memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi tujuan yang memungkinkan wisatawan menikmati dan berpartisipasi dalam aktivitas yang ditawarkan (Yoeti dalam M. Ridwan & Erie H.S., 2022). Indikator fasilitas Menurut Kotler dan Keller (2021) meliputi kondisi fasilitas esensial yang berpengaruh langsung terhadap tingkat kenyamanan kepuasan serta loyalitas pengunjung terhadap suatu destinasi.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan tingkat pencapaian yang menggambarkan seberapa jauh harapan dan perasaan positif wisatawan terpenuhi setelah melakukan kunjungan ke suatu destinasi pariwisata (Amrullah *et al.*, 2024). Kepuasan merupakan penilaian pelanggan terhadap kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi yang menghasilkan kenyamanan dan kesenangan ketika ekspektasi tersebut tercapai (Sahabbudin dalam Devista Ade A.V., 2024). Indikator kepuasan wisatawan Menurut Tjiptono (dalam Eka, Survival & Bmbang, 2023) meliputi kualitas produk, kualitas layanan, harga, waktu penyerahan layanan dan keamanan.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, baik secara parsial maupun simultan (bersama-sama). Kualitas layanan berkaitan dengan aspek interaksi antar petugas Museum dan wisatawan, sedangkan fasilitas wisata berkaitan dengan sarana fisik pendukung yang menunjang kenyamanan kunjungan. Kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membantuk kepuasan wisatawan perempuan, yang pada akhirnya turut mendukung daya saing internasional Museum Sejarah Kota Bandung.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Pengembangan Hipotesis

Kualitas layanan yang andal, cepat, dan ramah memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Penelitian Ajeng Merdiani (2026) serta Komalasary *et al.* (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan di Museum Sejarah Kota Bandung.

Fasilitas wisata yang baik membuat wisatawan menikmati pengalaman kunjungan secara lebih mudah, aman, dan nyaman. Penelitian Ridwal Sukriadi (2022) serta Komalasary *et al.* (2025) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, meskipun penelitian Lestari dan NH (2025) pada Museum Sonobudoyo Yogyakarta menemukan hasil yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan di Museum Sejarah Kota Bandung.

Kualitas layanan dan fasilitas wisata secara bersama-sama merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan wisatawan, karena pelayanan yang baik membutuhkan dukungan fasilitas yang memadai, sedangkan fasilitas yang baik membutuhkan pelayanan yang mampu mengarahkan wisatawan dalam memanfaatkan (Hettige & Kahandawa, 2024). Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Kualitas layanan dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan di Museum Sejarah Kota Bandung.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas layanan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan pada Museum Sejarah Kota Bandung, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel baik secara parsial maupun simultan. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X1) dan fasilitas wisata (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan wisatawan (Y). Subjek penelitian adalah wisatawan perempuan atau pengunjung Museum Sejarah Kota Bandung yang secara langsung merasakan pelayanan dan memanfaatkan fasilitas Museum. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan perempuan Museum Sejarah Kota Bandung. Jumlah sampel minimal ditentukan menggunakan rumus Lemeshow (1997) dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi 0,5 dan margin of error 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden. Penelitian ini kemudian menggunakan 100 wisatawan perempuan sebagai responden. Kuesioner disebarakan secara luring kepada wisatawan yang berada langsung di lokasi Museum Sejarah Kota Bandung dengan pendampingan langsung oleh peneliti guna menjaga validitas pengisian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin (1-5) dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Teknik analisis data meliputi uji validitas dengan korelasi Pearson Product Momen, uji reliabilitas, dengan koefisien Cronbach's Alpha, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan auto korelasi), analisis regresi liner berganda, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji t dan uji f) dengan bantuan program SPSS versi 27.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Variabel	Item	r hitung	Sig. (2-tailed)	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,868	<0,001	0,196	Valid
	X1.2	0,897	<0,001	0,196	Valid
	X1.3	0,855	<0,001	0,196	Valid
	X1.4	0,857	<0,001	0,196	Valid
	X1.5	0,86	<0,001	0,196	Valid
Fasilitas Wisata (X2)	X2.1	0,894	<0,001	0,196	Valid
	X2.2	0,869	<0,001	0,196	Valid
	X2.3	0,872	<0,001	0,196	Valid
	X2.4	0,884	<0,001	0,196	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	Y1	0,865	<0,001	0,196	Valid
	Y2	0,844	<0,001	0,196	Valid
	Y3	0,879	<0,001	0,196	Valid
	Y4	0,842	<0,001	0,196	Valid
	Y5	0,861	<0,001	0,196	Valid
	Y6	0,867	<0,001	0,196	Valid
	Y7	0,827	<0,001	0,196	Valid
	Y8	0,821	<0,001	0,196	Valid
	Y9	0,856	<0,001	0,196	Valid
	Y10	0,865	<0,001	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Uji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki nilai r hitung antara 0,855–0,897, variabel Fasilitas Wisata (X2) antara 0,869–0,894, dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) antara 0,821–0,879, dengan signifikansi $< 0,001$ dan r tabel sebesar 0,196, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,917	5	Reliabel
Fasilitas Wisata (X2)	0,903	4	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,958	10	Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Ketiga variabel memperoleh nilai Cronbach's Alpha jauh di atas ambang batas minimum 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Variabel	Nilai	Kriteria	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Residual	Sig. = 0,200	Sig. > 0,05	Berdistribusi normal
Multikolinearitas	Kualitas Layanan (X1)	Tolerance = 0,654 VIF = 1,529	Tolerance > 0,10 VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas	Fasilitas Wisata (X2)	Tolerance = 0,654 VIF = 1,529	Tolerance > 0,10 VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	Kualitas Layanan (X1)	Sig. = 0,719	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	Fasilitas Wisata (X2)	Sig. = 0,364	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$), yang didukung oleh sebaran titik pada grafik P-P Plot yang mengikuti garis diagonal, sehingga residual model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,654 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,529 (< 10), sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen. Uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,719 dan Fasilitas Wisata sebesar 0,364, keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	t hitung	Sig.
(Constant)	3,587	-	-
Kualitas Layanan (X1)	1,099	7,683	0,001
Fasilitas Wisata (X2)	0,800	4,568	0,001

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh persamaan regresi $Y = 3,587 + 1,099 X_1 + 0,800 X_2$. Nilai konstanta sebesar 3,587 menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan dan fasilitas wisata bernilai nol, maka kepuasan wisatawan berada pada angka 3,587. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 1,099 dan fasilitas wisata sebesar 0,800 bertanda positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel akan meningkatkan kepuasan wisatawan, dengan kualitas layanan sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling besar.

Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.649	5.387

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Layanan

b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan

Sumber: Dataprimer olahan SPSS, 2026

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,656 menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas wisata secara bersama-sama mampu menjelaskan 65,6% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya sebesar 34,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti harga tiket, daya tarik koleksi, promosi, maupun akses lokasi.

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis (Uji t dan uji F)

Hipotesis	t hitung / F hitung	t tabel / F tabel	Sig.	Keputusan
H1: Kualitas Layanan (X1) → Kepuasan Wisatawan (Y)	t = 7,683	t tabel = 1,984	0,001	H0 ditolak, H1 diterima (signifikan)
H2: Fasilitas Wisata (X2) → Kepuasan Wisatawan (Y)	t = 4,568	t tabel = 1,984	0,001	H0 ditolak, H2 diterima (signifikan)
H3: X1 dan X2 secara simultan → Kepuasan Wisatawan (Y)	F = 92,676	F tabel = 3,09	0,001	H0 ditolak, H3 diterima (signifikan)

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memperoleh t hitung sebesar 7,683 > t tabel 1,984 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima; kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel fasilitas wisata memperoleh t hitung sebesar 4,568 > t tabel 1,984 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga H0 ditolak dan H2 diterima; fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar 92,676 > F tabel 3,09 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga H0 ditolak dan H3 diterima; kualitas layanan dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pembahasan**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan dengan koefisien regresi tertinggi di antara kedua variabel independen, sehingga kualitas layanan terbukti menjadi faktor yang paling dominan. Temuan ini mendukung teori Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (dalam Yusriadi, 2018) bahwa suatu layanan dianggap berkualitas apabila mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen. Hasil ini konsisten dengan penelitian Komalasary et al. (2025), Ridwan dan Sukriadi (2022), serta Ajeng dan Merdiani (2026) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung museum maupun wisatawan pada umumnya. Skor deskriptif menunjukkan kualitas layanan berada pada kategori cukup baik (57,92%), dengan skor terendah pada aspek daya tanggap petugas dalam menjawab pertanyaan wisatawan, sehingga aspek responsiveness menjadi prioritas utama perbaikan.

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Fasilitas wisata terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan, meskipun besaran pengaruhnya lebih kecil dibandingkan kualitas layanan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ridwan dan Sukriadi (2022) serta Kotler dan Keller (2021) mengenai peran fasilitas dalam membentuk kepuasan pengunjung, namun berbeda dengan temuan Lestari dan NH (2025) pada Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang menunjukkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan ini diduga disebabkan oleh karakteristik lokasi, skala museum, dan profil responden yang berbeda. Skor deskriptif fasilitas wisata berada pada kategori cukup baik (58,90%), dengan skor terendah pada kelengkapan fasilitas toilet, menegaskan bahwa kelengkapan sarana sanitasi dasar masih menjadi titik lemah dibandingkan aksesibilitas fisik Museum.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Wisata secara Simultan terhadap Kepuasan Wisatawan

Kualitas layanan dan fasilitas wisata secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan, dengan kontribusi sebesar 65,6%. Temuan ini memperkuat kerangka pemikiran bahwa peningkatan kualitas layanan dan fasilitas wisata secara bersama-sama akan meningkatkan kepuasan wisatawan perempuan, yang pada gilirannya turut mendukung upaya Museum Sejarah Kota Bandung dalam memperkuat daya saingnya di tingkat internasional sebagai destinasi wisata sejarah dan edukasi yang ramah bagi wisatawan perempuan. Sisa 34,4% variasi kepuasan wisatawan yang belum dijelaskan oleh model ini mengindikasikan adanya faktor lain, seperti harga tiket, daya tarik koleksi, promosi, dan akses lokasi (Ajeng & Merdiani, 2026), yang perlu dipertimbangkan pada penelitian selanjutnya.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan pada Museum Sejarah Kota Bandung secara keseluruhan berada pada kategori cukup baik. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan dan merupakan faktor paling dominan. Fasilitas wisata juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan kualitas layanan. Secara simultan, kualitas layanan dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan perempuan, dengan kontribusi sebesar 65,6%.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Museum Sejarah Kota Bandung disarankan untuk memberikan pelatihan pelayanan prima (service excellence training) kepada petugas, khususnya pada aspek daya tanggap, serta memprioritaskan perbaikan dan penambahan fasilitas sanitasi, mengingat kedua aspek tersebut memperoleh skor terendah pada masing-masing variabel. Pengelola juga disarankan menyusun standar operasional pelayanan yang memadukan kecepatan respons petugas dengan penyediaan fasilitas yang lengkap, termasuk menyederhanakan proses layanan tiket dan presensi kunjungan melalui sistem digital. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar model, seperti harga tiket, daya tarik koleksi, promosi digital, dan aksesibilitas lokasi, serta memperluas objek penelitian pada museum sejarah lain agar hasil dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, N., & Merdiani, W. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan di Glamping Kareumbi Cicalengka.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 180–194.
- Alifiyanti, A. B., & Rois, I. (2023). Pengembangan wisata halal pada destinasi wisata Aik Nyet Desa Buwun Sejati Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Konstanta Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 213–227.
- Amrullah, Taviprawati, E., Prabandari, W. D., & Safirah, J. (2024). Dampak fasilitas dan pelayanan pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Kota Tua. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(1), 15–27. <https://doi.org/10.30647/jip.v29i1.1782>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pariwisata Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2024). *Kajian pengelolaan Museum Sejarah Kota Bandung*. Bandung: Disbudpar Kota Bandung.
- Gonda, T., et al. (2024). Gender differences in tourist behaviour and consumption patterns. [dikutip dalam kerangka gender diversity pariwisata].
- Hamirul, & Alamsyahril. (2020). *Good governance dalam perspektif kualitas pelayanan publik*. CV Pustaka Learning Center.
- Hettige, T., & Kahandawa, M. (2024). Service quality and visitor satisfaction in national museums in Sri Lanka. *Journal of Tourism and Cultural Studies*.

- Kasinem, K. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Komalasary, N. I., Haryono, J., & Darsiah, A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Museum Sejarah Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis dan Digital*, 1(1), 10–20.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 2).
- Lestari, M. W., & NH, U. H. K. (2025). The influence of product quality and museum facilities on visitor satisfaction at the Sonobudoyo Museum Yogyakarta. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(3), 337–344.
- Mentang, J. J., Ogi, I. W., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di masa pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690.
- Purta, I. (2023). Kebijakan pengarusutamaan gender dalam pembangunan pariwisata.
- Ridwan, M., & Sukriadi, E. H. (2022). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(2), 201–214.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tosun, C., et al. (2024). Gender as a moderator in destination image and revisit intention.
- Vidyaningrum, D. A. I. (2024). Penerapan kualitas pelayanan yang berorientasi untuk kepuasan pengunjung di Museum Sandi (Disertasi doctoral, Universitas Islam Indonesia).
- Yoeti dalam M. Ridwan & Erie H.S. (2022). Fasilitas wisata dan pengalaman kunjungan wisatawan.
- Yusriadi. (2018). *Manajemen kualitas pelayanan publik*.