

## PENGARUH MUSEUM ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM BAHARI

Desnecia Hellena Margau<sup>1</sup>, Imam Ardiansyah<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[desneciahellena@gmail.com](mailto:desneciahellena@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh museum *Atmosphere* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Hasil penelitian mempertunjukkan bahwa Variabel Museum *Atmosphere* dengan Dimensi *Exterior* dan *Interior* memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung. Dan dimensi *Layout* serta *Display* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung. Museum Bahari Jakarta mempunyai Museum *Atmosphere* yang baik dibuktikan dengan hasil penelitian yang mempertunjukkan bahwa Variabel Museum *Atmosphere* (X) memiliki pengaruh simultan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung (Y), dengan nilai  $f$  hitung senilai 16,017 lebih besar dari nilai  $f$  tabel yaitu 2,467. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Dimensi Eksterior dan General Interior Museum Bahari Jakarta berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, masing-masing dengan pengaruh sebesar 42,7% dan 34%. Sementara itu, Dimensi *Layout* dan Museum *Display* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan pengaruh masing-masing sebesar 11,8% dan -1,2%. Secara simultan, keseluruhan dimensi Museum *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, berdasarkan uji  $F$ .

**Kata Kunci:** Atmosphere, Keputusan Berkunjung, Museum Bahari Jakarta.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the impact of museum atmosphere on visitors' decision to visit the Maritime Museum in Jakarta. This study uses a quantitative method with an associative approach. The results of this study indicate that creatively the Museum Atmosphere variable with the Exterior and Interior dimensions has a significant effect on the Visit Decision variable. Meanwhile the dimension of Layout and Display does not significantly affect the Visit Decision variable. The Museum Bahari Jakarta Museum Atmosphere according to the research results is quite good since the Museum Atmosphere variable that consists of the dimensions of the Exterior and Interior simultaneously influences the Visit Decision variable with an  $F$ -calculated value of  $16.017 > 2.467$   $F$ -table. The conclusion of this study is that the Exterior and General Interior Dimensions of the Jakarta Maritime Museum have a significant influence on the decision to visit, with an influence of 42.7% and 34% respectively. Meanwhile, the Layout and Museum Display Dimensions do not have a significant influence on the decision to visit, with an influence of 11.8% and -1.2% respectively. Simultaneously, the overall dimensions of the Museum Atmosphere have a significant influence on the decision to visit, based on the  $F$  test.*

**Keywords:** Atmosphere, Museum Bahari Jakarta, Visit Decision.

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata yaitu suatu perindustrian memberikan dampak dan kontribusi bagi negara dalam segi ekonomi. Menurut salah satu *website travel lonelyplanet* dalam artikel (Tobing, 2023) menyebutkan bahwa Kota Jakarta merupakan salah satu destinasi favorit bagi wisatawan internasional. Selain itu, Kepala Dinas Pariwisata serta Ekonomi Kreatif Provinsi Jakarta menyampaikan bahwa pemberitaan positif di berbagai media serta pemberian penghargaan menjadi indikator penting bahwa Jakarta dapat terus mempertahankan posisinya sebagai destinasi wisata unggulan bagi wisatawan lokal atau mancanegara. Jakarta sebagai ibukota Negara Republik Indonesia memiliki banyak jenis destinasi dan atraksi yang beragam seperti wisata sejarah, kebudayaan, belanja, religi, kuliner hingga wisata alam.

Menurut Pitaya (2019) pariwisata terdiri dari tiga kategori diantaranya pariwisata alam, budaya, dan minat khusus. Biasanya pariwisata alam menyusun objek serta daya tariknya dengan memperhatikan keindahan biasa. Pariwisata budaya menyatukan objek dan daya tariknya sehubungan dengan keindahan barang-barang sosial. Sementara itu, pariwisata minat khusus ialah pariwisata yang berjenis menyatukan objek serta daya tarik dengan memperhatikan minat-minat khusus.

Salah satu jenis wisata minat khusus yang ada di Jakarta adalah wisata *sport*, wisata lari maraton yang sedang dikembangkan dan didorong oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno yang digunakan sebagai salah satu upaya meminimalisir penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) di kalangan masyarakat dari akibat kenaikan harga BBM (“*Jakarta*

*Marathon Reborn*,” 2022). Contoh *sport tourism* yang telah dilaksanakan di Jakarta adalah Jakarta Marathon pada 16 Oktober 2022 lalu di Gelora Bung Karno (GBK). Dari ribuan peserta marathon tidaklah hanya di dalam negeri saja, tapi banyak Negara lain ikut terlibat dalam *event* ini. Rute yang dilalui saat marathon lewati bermacam pariwisata ikonik di Jakarta seperti Kota Tua, Gereja Katedral, Gedung Djoeang hingga Museum Satria Mandala. (Sari, 2022)

Pariwisata Kota Jakarta semakin tumbuh dan berkembang, ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang pada tahun 2022. Dapat diketahui pada tahun 2018 hingga 2019, jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi DKI Jakarta melebihi 2.000.000 orang. Namun mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021 dikarenakan wabah covid-19 yang membuat Jakarta menutup pintu masuk bagi wisatawan mancanegara dan memberlakukan PPKMD dalam pencegahan sebaran virus covid-19. Setelah menghadapi wabah virus menular, Jakarta mulai membuka kembali pintu masuk bagi turis asing pada April 2022 lalu.

Jakarta atau yang dulunya disebut dengan Batavia yang memiliki sebuah Pelabuhan yaitu Pelabuhan Sunda Kelapa. Hal ini membuat banyak peninggalan barang-barang yang dulunya digunakan untuk berlayar dan pada saat ini barang-barang tersebut dimuseumkan atau disimpan di Museum Bahari Jakarta yang terletak di Jl. Pasar Ikan No. 1, Jakarta Utara. Tempat ini telah berdiri sejak zaman penjajahan Belanda yang berfungsi sebagai gudang untuk menyimpan, memilih dan memeras barang-barang hortikultura, misalnya perasa yang merupakan perlengkapan pokok VOC. Pada tahun 1976, bangunan mulai diperbaiki kembali dan lalu diresmi menjadi Museum Bahari di tahun 1977

(*Museum Bahari*, n.d.).

Museum Bahari mempunyai visi yakni “Mengeksplorasi nilai-nilai kebaharian Bangsa Indonesia dan menumbuhkan rasa cinta dan kebanggaan sebagai bangsa Bahari”. Salah satu misi dari Museum Bahari adalah “Menjadikan tempat kunjungan publik yang edukatif, informatif dan rekreatif” (*Museum Bahari*, n.d.). Untuk mewujudkan misi tersebut, dibutuhkan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan edukasi dan informasi namun tetap memberikan hiburan bagi pengunjung yang mengunjungi Museum Bahari. Fasilitas yang disediakan oleh Museum Bahari berupa papan informasi mengenai macam-macam jenisnya perahu kuno dari bermacam daerah serta model serta miniatur kapal baru serta fasilitas yang menunjang dalam aktivitas berlayar. Fasilitas dapat dikategorikan ke dalam *atmosphere* dari museum, meskipun secara harfiah "*atmosphere*" merujuk pada lapisan udara di sekitar planet atau bintang, istilah ini juga telah mengadopsi makna metaforis, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Dalam konteks ini, *atmosphere* sering digunakan untuk menggambarkan interaksi manusia dengan lingkungan atau situasi tertentu, serta emosi yang timbul sebagai hasilnya (Paschou, 2023).

Karya seni Iwan Yusuf dengan judul *Garis Ombak* menggambarkan keceriaan anak-anak di tepi pantai. Tidak hanya itu, karya seni ini juga membentuk sebuah ruang imajinatif yang menghubungkan seni dengan dimensi maritim secara mendalam. Karya seni ini menggunakan media yaitu dari jaring bekas senar dan tali-temali berukuran besar. Iwan Yusuf berharap karya ini akan merangsang persepsi baru kepada kehidupan laut dan Museum Bahari Jakarta menambahkan instalasi seni yang menarik dalam pameran ini agar pengunjung merasakan keindahan laut

dan merangsang kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan melalui karya ini.

Penampakan Museum Bahari pada saat ini terdapat beberapa interior yang kurang terawat seperti instalasi lampu yang sudah tidak terpakai dibiarkan begitu saja, beberapa papan informasi yang terkena noda sehingga agak sulit untuk dibaca oleh pengunjung, terdapat beberapa papan informasi digital yang tidak berfungsi dan pada sejumlah bagian dinding museum memiliki bercak yang merupakan akibat dari penggaraman atau pelapukan dari rembesan air laut yang terlihat seperti tidak terawat. Hal ini dapat berdampak kepada keputusan berkunjung dari wisatawan, minat kunjungan dapat dijelaskan sebagai sejauh mana kemungkinan konsumen memilih untuk memilih suatu merek produk atau jasa serta sejauh mana konsumen mungkin melakukan perpindahan dari suatu merek ke merek lainnya. Menurut (Ariffin et al., 2016), *repurchase intention* atau minat beli adalah perilaku *customer* dimana mereka memberikan respons positif dan memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi atau membeli produk yang sama di masa depan.

Berdasarkan dari pengamatan peneliti saat berkunjung ke Museum Bahari Jakarta, terdapat beberapa hal yang terlihat seperti suasana di dalam museum yang terasa menyheramkan saat sendirian atau hanya sedikit orang. Beberapa ruangan yang pencahayaannya terasa kurang terang, beberapa ruangan terasa panas, dan pajangan yang ada di *display* hanya sedikit dan terlihat kurang terawat. Selain itu, tembok pada beberapa bagian ruangan yang mengalami penggaraman membuat ruangan terasa seperti gedung tidak terawat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dalam meneliti populasi serta sampel tertentu. Data dikumpulkan mempergunakan instrumen dan analisis data dilakukan secara statistic dengan tujuannya melakukan uji hipotesis yang sudah dijadikan bisa di terima ataupun di tolak.

Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak serta instrumen penelitian dipergunakan dalam pengumpulan informasi. Penganalisisan data kuantitatif melibatkan uji hipotesis yang ditetapkan.

Sampel di penelitian ini ialah setengah pengunjung Museum Bahari Jakarta. Karena keterbatasan aset, staf, dan waktu, peneliti tidak dapat mengambil seluruh populasi untuk melakukan penelitian. Peneliti mempergunakan sampel yang terambil dari populasi.

Peneliti mempergunakan observasi non *participant observation* yang merupakan peneliti tidak ikut di dalam kegiatan orang yang dilakukan pengamatan serta hanya berperan menjadi pengamat Independent. Observasi ini dilakukan untuk mengamati lingkungan Museum Bahari Jakarta.

Kuesioner adalah cara mengumpulkan informasi yang produktif apabila peneliti atau faktor yang diperkirakan serta apa yang secara umum diharapkan dari responden Kuesioner berbentuk angket yang akan dibagi seta diberikan jawaban oleh wisatawan dalam pengumpulan data guna mengetahui apakah museum *atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pengunjung Museum Bahari Jakarta.

Dokumentasi ini berbentuk gambar menjadi konfirmasi bahwa yang meneliti foto menjadi konfirmasi bahwa peneliti melaksanakan penelitian. Populasi penelitian yaitu seluruh pengunjung Museum Bahari Jakarta selama periode waktu tertentu. Jumlah populasi Museum Bahari pada tahun 2023 sebesar 48.144 pengunjung.

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Data dan Interpretasi

#### Hasil Uji Validitas

Validitas (Validity) adalah taraf ketepatan antara informasi yang diperoleh dari objek eksplorasi dan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan oleh analisis (Sugiyono, 2017). Berikut adalah hasil olah data uji validitas variabel Museum Atmosphere (X) menggunakan SPSS:

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Variabel Museum Atmosphere (X)

Dimensi	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keputusan
<b>EXTERIOR</b>	EXT 1	,361	,542	VALID
	EXT 2		,733	
	EXT 3		,521	
	EXT 4		,439	
	EXT 5		,612	
<b>GENERAL INTERIOR</b>	INT 1		,392	
	INT 2		,658	
	INT 3		,755	
	INT 4		,474	
	INT 5		,786	
	INT 6		,773	
	INT 7		,584	
	INT 8		,527	

Dimensi	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keputusan
<i>LAYOUT</i>	LAY 1		,423	
	LAY 2		,556	
	LAY 3		,659	
<i>MUSEUM DISPLAY</i>	DIS 1		,523	
	DIS 2		,652	
	DIS 3		,656	

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Pada hasil data tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel Museum Atmosphere (X) yang meliputi empat dimensi yaitu *exterior*, *general interior*, *room layout*, dan museum *display* mempunyai pernyataan kuesioner yang valid dengan hasil R

hitung  $> 0,361$  skor r tabel dengan jumlah sampel 30 responden, sehingga penyebaran kuesioner dapat dilanjutkan dengan jumlah 100 responden. Berikut adalah hasil olah data uji validitas variabel Keputusan Berkunjung (Y) menggunakan SPSS:

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Indikator	R Tabel	R Hitung	Keputusan
KEP 1	,361	,871	VALID
KEP 2	,361	,801	
KEP 3	,361	,931	
KEP 4	,361	,905	

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Pada hasil data tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel Keputusan Berkunjung (Y) mempunyai pernyataan kuesioner yang valid dengan hasil R hitung  $> 0,361$  skor R tabel dengan jumlah sampel 30 responden, sehingga penyebaran kuesioner dapat dilanjutkan dengan jumlah 100 responden.

### Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu ketepatan, konsistensi suatu instrumen penelitian. Artinya instrumen yang dipergunakan di

dalam eksplorasi ini memberi hasilnya yang sama terlepas dari apakah instrumen tersebut diulang beberapa kali dan dilakukan oleh siapa saja kapan saja. Reliabilitas mengukur apakah kuesioner yang digunakan sebagai indikator variabel dapat diandalkan. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan tetap konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Variabel dapat dinyatakan reliabel bila hasil nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,7$ . Berikut ialah hasil olah data uji reliabilitas memanfaatkan aplikasi SPSS:

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Museum Atmosphere (X)	,899	RELIABEL
Keputusan Berkunjung (Y)	,896	RELIABEL

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Pada hasil data tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel yang digunakan yaitu Museum

*Atmosphere* (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) dengan hasil *Cronbach's alpha* 0,899 dan 0,896  $> 0,7$  dinyatakan

reliabel sehingga bisa dimanfaatkan untuk penelitian

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

**Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas tujuannya guna menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Rumus

yang digunakan dalam uji normalitas ini yakni rumus Kolmogrov-Smirnov dengan ketentuan bahwa data berdistribusi normal apabila Sig > 0,05 dan data tidak berdistribusi normal bila Sig < 0,05 (Ghozali, 2018). Berikut ialah hasil olah data uji normalitas memanfaatkan aplikasi SPSS:

**Tabel 4.** Hasil Uji Satu Sampel Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95891577
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.067
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Berdasarkan hasil olah data tersebut, bisa disimpulkan bahwasanya nilai sig. yaitu 0,168 > 0,05 yang artinya data berdistribusi normal

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat

ketidaksamaan varians antara residu observasi yang satu dengan observasi yang lain dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Berikut ialah hasil olah data uji heteroskedastisitas memanfaatkan aplikasi SPSS:

**Tabel 5.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,943	1,256		1,546	0,125
EXTERIOR	-0,075	0,098	-0,111	-0,762	0,448
GENERAL INTERIOR	0,028	0,064	0,071	0,442	0,660
LAYOUT	0,113	0,127	0,122	0,889	0,376
MUSEUM DISPLAY	-0,058	0,140	-0,060	-0,418	0,677
<b>a. Dependent Variable: ABS_RES</b>					

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Berdasarkan data hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser di atas, didapatkan nilai sig. dimensi *exterior* senilai 0,448, dimensi *interior* senilai 0,660, dimensi *layout* senilai 0,376, dan dimensi *display* senilai 0,677 dari variabel *Museum Atmosphere* (X) > 0,05 sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dan uji berikutnya dapat dilanjutkan

### Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya korelasi antara variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Sebuah model regresi yang ideal seharusnya tidak membuktikan terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Berikut ialah hasil olah data uji multikolinearitas memanfaatkan aplikasi SPSS:

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-5,518	2,204				-2,503
EXTERIOR	0,427	0,172	0,282	2,487	0,015	0,488	2,050
GENERAL INTERIOR	0,340	0,112	0,385	3,046	0,003	0,394	2,537
LAYOUT	0,118	0,222	0,057	0,532	0,596	0,548	1,825
MUSEUM DISPLAY	-0,012	0,245	-0,005	-0,048	0,962	0,506	1,975

**a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

((Sumber: Hasil Olah Data Peneliti))

Pada data hasil uji multikolinearitas di atas, menunjukkan bahwasanya skor VIF < 10 dan skor *tolerance* > 0,1 jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasanya model regresi tidak terdapat multikolinearitas yang artinya tidak terjadi korelasi antar dimensi *exterior*, *general interior*, *layout*, dan *museum display* dari variabel independen *Museum Atmosphere* (X).

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk memahami hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018). Di bawah ini ialah hasil olah data analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS:

**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-5,518	2,204				-2,503
EXTERIOR	0,427	0,172	0,282	2,487	0,015	0,488	2,050
GENERAL INTERIOR	0,340	0,112	0,385	3,046	0,003	0,394	2,537
LAYOUT	0,118	0,222	0,057	0,532	0,596	0,548	1,825

MUSEUM DISPLAY	-0,012	0,245	-0,005	-0,048	0,962	0,506	1,975
-------------------	--------	-------	--------	--------	-------	-------	-------

**a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti)

Pada hasil di atas, dapat dibuatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = -5,518 + 0,427EXTERIOR + 0,340INTERIOR + 0,118LAYOUT - 0,012DISPLAY$$

Berikut adalah deskripsi hasil analisa berdasarkan persamaan regresi linear berganda: (1). Koefisien regresi Dimensi *Exterior* (X1) memiliki pengaruh sebesar 42,7% yang artinya apabila variabel lain dianggap tetap dan skor Dimensi *Exterior* bertambah 100%, jadi akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 42,7%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan; (2). Koefisien regresi Dimensi *Interior* (X2) memiliki pengaruh sebesar 34% yang artinya apabila variabel lain dianggap tetap dan skor Dimensi *Interior* bertambah 100%, jadi akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 34%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan; (3). Koefisien regresi Dimensi *Layout* (X3) memiliki pengaruh sebesar 11,8% yang artinya

apabila variabel lain dianggap tetap dan skor Dimensi *Layout* bertambah 100%, maka akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 11,8%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan; (4). Koefisien regresi Dimensi *Display* (X1) memiliki pengaruh sebesar -1,2% yang artinya apabila variabel lain dianggap tetap dan skor Dimensi *Display* bertambah 100%, jadi akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 1,2%, begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan

**Hasil Uji T**

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi parsial secara individual, dengan hipotesis bahwa setiap koefisien regresi adalah nol. Uji T mengukur sejauh mana satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen lainnya (Ghozali, 2018). Di bawah ini adalah hasil olah data Uji T yang diterapkan menggunakan aplikasi SPSS:

**Tabel 8.** Hasil Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	Tolerance	VIF
	B	Std. Error			Beta		
(Constant)	-5,518	2,204		-2,503	0,014		
EXTERIOR	0,427	0,172	0,282	2,487	0,015	0,488	2,050
GENERAL INTERIOR	0,340	0,112	0,385	3,046	0,003	0,394	2,537
LAYOUT	0,118	0,222	0,057	0,532	0,596	0,548	1,825
MUSEUM DISPLAY	-0,012	0,245	-0,005	-0,048	0,962	0,506	1,975

**a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti)

Nilai t tabel yang diambil adalah t tabel 2 sisi dengan tingkat signifikansi 0,05 berdasarkan rumus:

$$DF = N - K$$

Keterangan:

*DF* : *degree of freedom* (derajat kebebasan)

*N* : jumlah ukuran sampel responden, yaitu 100

*K* : jumlah variabel yang ingin diuji, yaitu 5 (*X1, X2, X3, X4, Y*)

Tabel yang didapatkan:

$$DF = 100 - 5 = 95$$

Pada t tabel dua sisi signifikansi 5% menunjukkan angka 1,661. Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa: (1). Dimensi *exterior* memiliki skor t hitung 2,487 yaitu > nilai t tabel 1,661 dan skor sig. 0,015 yaitu < 0,05 yang berarti  $H_{a1}$  Terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *exterior* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima; (2). Dimensi *interior* memiliki skor t hitung senilai 3,046 yaitu > t tabel 1,661 dan skor sig. 0,003 yaitu > 0,05

yang berarti  $H_{a2}$  Terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *general interior* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima; (3). Dimensi *layout* memiliki nilai t hitung 0,532 yaitu < t tabel 1,661 dan nilai sig. 0,596 yaitu lebih besar dari 0,05 yang artinya  $H_{o3}$  tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi museum *layout* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima; (4). Dimensi *display* memiliki nilai t hitung -0,048 yaitu < nilai t tabel 1,661 dan skor sig. 0,962 yaitu > 0,05 yang berarti  $H_{o4}$  Tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi museum *display* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima

### Hasil Uji F

Uji F yaitu metode untuk menguji signifikansi keseluruhan garis regresi yang diamati atau diestimasi guna menentukan apakah variabel Y memiliki hubungan linear dengan variabel X (Ghozali, 2018). Di bawah ini ialah hasil olah data Uji F memanfaatkan aplikasi SPSS:

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.800	4	90.700	16.017	.000 <sup>b</sup>
	Residual	537.950	95	5.663		
	Total	900.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), MUSEUM DISPLAY, LAYOUT, EXTERIOR, GENERAL INTERIOR

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti)

Nilai  $f_{\text{tabel}}$  diambil berdasarkan hasil dari uji olah data yang menunjukkan  $df_1 = 4$  dan  $df_2 = 95$ .

Berdasarkan hasil di atas, bisa disimpulkan bahwasanya skor f hitung senilai 16,017 > skor f tabel yakni 2,467 dan nilai sig 0,000 < 0,005 yang artinya  $H_{a5}$  diterima yaitu terdapat pengaruh signifikan dan simultan antara Museum *Atmosphere* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Museum

Bahari Jakarta

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana sebuah model bisa memaparkan variasi pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai  $R^2$  kecil, ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen sangat

terbatas (Ghozali, 2018).

**Tabel 10.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.378	2.37963

a. Predictors: (Constant), MUSEUM DISPLAY, LAYOUT, EXTERIOR, GENERAL INTERIOR

(Sumber: Hasil Olah Data Peneliti)

Pada hasil olah data uji koefisien determinasi, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya dimensi *exterior*, *interior*, *layout*, dan *display* dari Variabel Museum *Atmosphere* (X) dapat menjelaskan variasi variabel Keputusan Berkunjung (Y) sejumlah 37,8% sedangkan sisanya sejumlah 62,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya harga, lokasi, citra destinasi dan lain-lain.

## PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini menekankan pada pengaruh dimensi-dimensi yang terkait dengan atmosfer museum terhadap keputusan berkunjung ke Museum Bahari Jakarta. Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa dimensi yang memiliki pengaruh signifikan, sementara yang lain tidak.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi eksterior museum berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 2,487 yang lebih besar dari nilai *t* tabel 1,661, serta nilai signifikan 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan pengaruh sebesar 42,7%, eksterior museum dapat dilihat sebagai elemen penting dalam menarik minat pengunjung. Ini berarti bahwa tampilan luar museum, seperti desain bangunan, aksesibilitas, dan daya tarik visual eksterior, memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pengunjung dan mempengaruhi keputusan mereka untuk

berkunjung.

Selain eksterior, dimensi interior umum juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai *t* hitung sebesar 3,046, lebih besar dari *t* tabel 1,661, dan nilai sig. sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Pengaruh ini sebesar 34%. Interior museum mencakup elemen-elemen seperti kebersihan, kenyamanan, pencahayaan, serta suasana dalam ruangan yang bisa menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Faktor-faktor ini memiliki kontribusi besar dalam mempengaruhi keputusan pengunjung.

Dimensi layout museum, berdasarkan analisis, tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil uji menunjukkan *t* hitung sebesar 0,532, yang lebih kecil dari *t* tabel 1,661, dengan nilai sig. 0,596, yang lebih besar dari 0,05. Pengaruh yang diberikan oleh layout hanya sebesar 11,8%. Artinya, meskipun penataan ruang dan alur perjalanan dalam museum mungkin penting dalam pengalaman pengunjung, dimensi ini bukan faktor utama yang mempengaruhi keputusan awal untuk berkunjung.

Dimensi museum display atau tampilan pameran juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Nilai *t* hitung sebesar -0,048 lebih kecil dari *t* tabel 1,661, dengan nilai sig. 0,962, yang lebih besar dari 0,05. Pengaruhnya bahkan negatif, yaitu -1,2%. Ini menunjukkan bahwa penataan atau

tampilan koleksi di museum bukan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan oleh pengunjung dalam memutuskan untuk datang ke museum, meskipun mungkin berpengaruh pada pengalaman mereka setelah berkunjung.

Secara simultan, variabel *atmosphere* museum, yang meliputi semua dimensi yang disebutkan di atas, berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil uji *f* hitung sebesar 16,017 lebih besar dari *f* tabel 2,467, dengan nilai sig. 0,000. Ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa dimensi individu (seperti *layout* dan *museum display*) tidak berpengaruh secara signifikan, secara keseluruhan atmosfer yang diciptakan oleh museum memiliki dampak yang kuat pada keputusan pengunjung untuk berkunjung.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek yang terlihat dari luar dan suasana umum dalam museum memiliki peran penting dalam menarik pengunjung, sedangkan penataan ruang dan tampilan pameran lebih terkait dengan kualitas pengalaman setelah berkunjung. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola museum untuk fokus pada peningkatan eksterior dan suasana umum di dalam museum agar lebih menarik bagi calon pengunjung.

## SIMPULAN

Dimensi *Exterior* Museum Bahari Jakarta berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung, dengan uji hasil *t* hitung senilai 2,487 > skor *t* tabel senilai 1,661 serta skor sig. 0,015 < 0,05 yang berarti  $H_{a1}$  yaitu terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *exterior* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima dan berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda memiliki pengaruh sebesar 42,7%

Dimensi *General Interior* Museum Bahari Jakarta berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung, dengan uji hasil *t* hitung senilai 3,046 > nilai *t* tabel senilai 1,661 serta skor sig. 0,003 < 0,05 yang artinya  $H_{a2}$  yaitu terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *general interior* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta diterima dan berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda memiliki pengaruh sebesar 34%

Dimensi *Layout* Museum Bahari Jakarta tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung, dengan uji hasil *t* hitung senilai 0,532 < nilai *t* tabel senilai 1,661 serta nilai sig. 0,596 > 0,05 yang berarti  $H_{o3}$  yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *layout* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta tidak ditolak dan berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda memiliki pengaruh sebesar 11,8%

Dimensi Museum *Display* Museum Bahari Jakarta tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung, dengan uji hasil *t* hitung senilai -0,048 < nilai *t* tabel senilai 1,661 serta skor sig. 0,962 > 0,05 yang artinya  $H_{o4}$  yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara dimensi museum *display* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta tidak ditolak dan berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda memiliki pengaruh sebesar -1,2%.

Variabel Museum *Atmosphere* (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan hasil uji *f* hitung senilai 16,017 > skor *f* tabel yakni 2,467 dan skor sig 0,000 > 0,005 yang berarti  $H_{a5}$  diterima yaitu terdapat pengaruh signifikan dan simultan antara museum *atmosphere* terhadap keputusan berkunjung di Museum Bahari Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386. <https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i4.884>
- Ferdiko, O., Dita, A. S. M., Indah, C. D., & Jase, L. (2023). Analisa Pengaruh Price, Location, Responsiveness Dan Atmosphere Terhadap Revisit Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 81–94. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.6024>
- Gunawan, A., Indrawan, H., & Widayani, A. I. (2023). Lighting Application On The Collection Display Of The Textile Museum, Jakarta. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*. 1(2), 1534–1541. <https://journal.untar.ac.id/index.php/ijassh/article/view/27736/16630>
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 8–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>
- Paschou, S., & Papaioannou, G. (2023). Exploring the Digital Atmosphere of Museums: Perspectives and Potential. *Technologies*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/technologies11050149>
- Pitaya, P., Baiquni, M., Marsono, M., & Nopirin, N. (2019). Paradigma Historis Backpacking Travel Sebagai Perjalanan Wisata. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.22146/jpt.49274>
- Prakasa Restuputra, M. D., & Rahanatha, G. B. (2020). Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3019. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p07>
- Pratiwi, Y., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh Service Quality dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Samudra Supermarket Kediri. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*. 1(2), 10–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.337>
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The effect of word of mouth on inbound tourists' decision for traveling to Islamic destinations (the case of Isfahan as a tourist destination in Iran). *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 12–21. <https://doi.org/10.1108/17590831211206554>
- Riskiyah, N., Kunaifi, A., Matnin, M., & Asyari, Q. (2020). Store Atmosphere Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Restoran Kapal Jodoh Batu Marmar Pamekasan. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 54–62. <https://doi.org/10.37812/aliqitishod.v8i2.158>

- Sari, T. N. (16 Oktober 2022). Jakarta Marathon Reborn. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. Diakses dari: <https://www.setneg.go.id/baca/index/jakarta-marathon-reborn>
- Shafly, L. N., & Dewanti, R. L. (2023). Pengaruh Atmosfer Sitisr dan Kemudahan Penggunaan Terhadap emotional Arousal Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 430–445. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.288>
- Sindi, O. (2022). Pengaruh Advertising Instagram Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 763–767. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.812>
- Sofiyanti, D. N., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dira Cafe and Pool Ambulu Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 39–51. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.18025>
- Subagyo, & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador Dan Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>
- Sugiharto, T., Nersiwad, & Kasnowo. (2022). Pengaruh Digital Marketing Instagram Dan Cafe Atmosphere Terhadap Minat Kunjungan Pada Cafe Gartenhutte Trawas-Mojokerto. *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3135–3142. <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan ke)*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi*. Andi Publisher. Yogyakarta
- Tobing, A. G. L. (2 November 2023). Jakarta Masih Jadi Destinasi Favorit Wisatawan Mancanegara. Beritajakarta.Id. <https://m.beritajakarta.id/read/131095/jakarta-masih-jadi-destinasi-favorit-wisatawan-mancanegara>
- Wardani, E. K., Purwanto, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6631–6639. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>