

ABSTRAK

Nendey Fetrina, “PENGARUH MEDIA INTERPRETASI NON-PERSONAL TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM GEOLOGI BANDUNG” (SURVEI TERHADAP WISATAWAN NUSANTARA INDIVIDU YANG BERKUNJUNG KE MUSEUM GEOLOGI BANDUNG) dibawah bimbingan Dr. H. Hari Mulyadi, M. Si. dan Oce Ridwanudin, SE., MM

Museum merupakan salah satu destinasi wisata lembaga non-profit yang bersifat permanen untuk melayani masyarakat dan dengan seiring perkembangannya terbuka untuk umum yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan serta memamerkan warisan sejarah yang berwujud benda dan tak benda beserta lingkungannya, untuk tujuan penelitian, pendidikan dan hiburan. Kebutuhan akan informasi yang disediakan oleh museum mengenai museum beserta isisnya sehingga pengunjung akan menilai jasa yang dimiliki museum mendorong para penyedia jasa pada destinasi pariwisata untuk ikut terlibat dalam persaingan. Tolak ukur keunggulan yang dimiliki pihak museum adalah dengan berpusat pada kepuasan pengunjung. Setiap aktivitas museum yang ada harus difokuskan pada upaya pihak museum untuk memberikan kinerja jasa yang melebihi harapan konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui jasa dari media interpretasi non-personal yang terdiri dari *signs, interpretation board, brochure, map* dan *media audio visual*. Unit analisis dari penelitian ini adalah wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Museum Geologi Bandung dalam jumlah populasi sebanyak 100 Pengunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah metode cross sectional method. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dilakukan melalui studi kepustakaan dan kuesioner. Untuk mengukur besarnya pengaruh media interpretasi non-personal terhadap kepuasan pengunjung digunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan statistik hipotesis, media interpretasi non-personal yang terdiri dari *signs, interpretation board* dan *media audio visual* dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung dalam memperoleh informasi serta berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan. Oleh karena itu, pihak museum diharapkan mampu meningkatkan kinerja pelayanan untuk meningkatkan nilai kepuasan pengunjung.

Kata Kunci : media interpretasi non-personal dan Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

Nendey Fetrina, “The influence of Media Interpretation Non-Personal to the Visitor Satisfaction at Museum Geologi Bandung” (Survey tourist Museum Geologi Bandung) under the guidance of Dr. H. Hari Mulyadi, M. Si. dan Oce Ridwanudin, SE., MM

Museum is one of the tourist destinations non-profit agency that is permanent to serve the community and by the concomitant development open to the public is responsible for collecting, preserving, researching, communicating and to showcase the historical legacy of tangible objects and intangible and their environment, for research purposes, education and entertainment. The information provided by the museum visitors will assess services owned museum encourages service providers in tourism destinations to get involved in the competition. Yardstick advantages of the museum is centered on visitor satisfaction. Every activity of the existing museum should focus on the museum to provide performance services that exceed customer expectations. Such efforts can be made through the services of a non-personal interpretation media consisting of signs, interpretation boards, brochure, map and audio-visual media. The unit of analysis of this study is the individual tourists who visit the Geological Museum of Bandung in a total population of 100 visitors. The method used in this research is descriptive and verification method, this research was done in less than one year, then the method used is the cross sectional method. The data used are primary data and secondary data is done through literature study and questionnaire. To measure the effect of non-personal interpretation of the media to the satisfaction of the visitors used multiple regression analysis. Based on statistical hypothesis, the interpretation of non-personal media consisting of signs, interpretation boards and audio-visual media can affect visitor satisfaction in obtaining information as well as the positive and significant effect partially or simultaneously. Therefore, the museum is expected to improve the performance of services to increase the value of visitor satisfaction.

Keywords: media interpretation non-personal and visitor satisfaction