

Pengaruh fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Museum Amazing Art & Games Bandung

Keysya Azka Malika Amzani¹, Musafa²

^{1,2}Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional

email: ¹keysyaazka1903@gmail.com, ²musafadec@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :
02 Oktober 2025
Disetujui :
10 November 2025
Dipublikasikan :
25 November 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Museum Amazing Art & Games Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 125 responden. Variabel yang diteliti meliputi fasilitas (X_1), citra destinasi (X_2), dan kepuasan wisatawan (Y). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan berada dalam kategori baik. Secara parsial, fasilitas dan citra destinasi mempengaruhi kepuasan wisatawan, dengan nilai signifikansi masing-masing 0.009 dan 0.000. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai signifikansi 0.000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan fasilitas dan penguatan citra destinasi berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung museum.

Kata kunci: Fasilitas, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung, Museum

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of facilities and destination image on tourist satisfaction at the Amazing Art & Games Museum in Bandung. This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 125 respondents. The variables studied include facilities (X_1), destination image (X_2), and tourist satisfaction (Y). Data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results showed that the facilities, destination images, and tourist satisfaction were in the good category. Partially, both facilities and destination image had a significant effect on tourist satisfaction, with significance values of 0.009 and 0.000, respectively. Simultaneously, both variables also had a significant effect on tourist satisfaction with a significance value of 0.000. Thus, it can be concluded that improving facilities and strengthening destination image contribute positively to visitor satisfaction at the museum.

Keywords: Facilities, Destination Image, Visitor Satisfaction, Museum



©2025 Keysya Azka Malika Amzani, Musafa. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Museum Amazing Art & Games Bandung adalah museum dalam bidang seni yang berlokasi di Jalan Setiabudhi, No. 293, Bandung. Museum ini menjadi salah satu tujuan wisata yang mengintegrasikan seni dengan pengalaman interaktif yang menghibur. Museum ini adalah museum seni tiga dimensi terlengkap dan terbesar di Indonesia. Dengan hasil data sekunder, pengunjung di Amazing Art & Games Bandung dari pasangan, teman, keluarga, dan turis. Adapun jumlah kunjungan dari tahun 2021 hingga 2024 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Kunjungan Museum Amazing Art & Games Tahun 2021-2024

Tahun	Jumlah Pengunjung
2021	5.559
2022	15.143
2023	18.093
2024	13.188

Berdasarkan data pada Tabel 1, jumlah pengunjung Museum Amazing Art & Games tahun 2021-2024 menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 5.559 orang. Angka ini tergolong rendah dan kemungkinan besar dipengaruhi oleh pembatasan aktivitas

masyarakat akibat *pandemic COVID-19*. Memasuki tahun 2022, terjadi peningkatan drastis sebesar 172.4% dengan jumlah pengunjung mencapai 15.143 orang, mencerminkan mulai pulihnya kondisi pariwisata dan meningkatnya antusiasme masyarakat untuk berkunjung (Daffa, 2022; Billy & Soeprapto, 2024). Tren positif ini berlanjut pada tahun 2023, di mana jumlah pengunjung meningkat lagi menjadi 18.093 orang, atau naik sekitar 19.5%. Namun pada tahun 2024, terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 13.188 orang, atau turun sekitar 27.1%. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan minat pengunjung, munculnya destinasi baru yang menjadi pesaing atau faktor internal destinasi seperti fasilitas, citra destinasi dan lain-lain (Sigit & Triani, 2021; Kurniawan & Brian, 2022).

Seiring dengan perkembangan sektor pariwisata, persaingan antara pengelola Citra Destinasi menjadi semakin ketat. Pada dasarnya, kepuasan pengunjung adalah harapan konsumen yang berhasil dipenuhi dengan optimal (Alana, 2020; Komalasary, 2025). Faktanya, masih terdapat banyak keluhan dari pengunjung di Museum Amazing Art & Games Bandung. Hal ini terlihat dari berbagai ulasan negatif yang disampaikan wisatawan mengenai Museum Amazing Art & Games, yang dipublikasikan melalui media *online* oleh pengunjung, berikut adalah beberapa contoh ulasan wisatawan yang tersebar di internet (Rizki & Ratnasari, 2024).

Perkembangan ekonomi pengalaman (*experience economy*) dan maraknya penggunaan media sosial telah menggeser orientasi pariwisata dari sekadar observasi menjadi pencarian pengalaman yang "*instagrammable*" dan mudah dibagikan (Ely & Asnawi, 2024; Istikomah, 2023). Museum interaktif seperti Amazing Art & Games menawarkan produk wisata yang sangat bergantung pada kualitas fasilitas fisik, atribut perseptual yang membentuk citra destinasi (Dedy & Setyanto, 2021). Karena pengalaman pengunjung menjadi komoditas utama, kegagalan memelihara fasilitas atau inkonsistensi antara citra yang dipromosikan dan kenyataan lapangan dapat menurunkan kepuasan, mengurangi kemungkinan kunjungan ulang, serta memengaruhi penyebaran rekomendasi melalui ulasan daring (Anggraeni, 2022; Yaqin, 2020).

Walaupun penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan telah banyak dilakukan pada atraksi tradisional, kajian empiris yang memfokuskan museum interaktif di konteks Indonesia masih relatif terbatas (Lestari, 2025). Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menguji secara simultan dari pengaruh dua variabel pada Museum Amazing Art & Games Bandung. Kontribusi studi diharapkan bersifat ganda, memperkaya literatur kepuasan wisata pada konteks produk wisata berbasis pengalaman, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola dan pemangku kepentingan untuk merancang intervensi operasional dan pemasaran yang meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-analitik. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel (Sugiono, 2022), variabel independen (fasilitas dan citra destinasi) terhadap variabel dependen (Kurniawan & Brian, 2022) (kepuasan pengunjung) pada Museum Amazing Art & Games Bandung. Dilaksanakan di Museum Amazing Art & Games Bandung. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung Museum Amazing Art & Games pada periode pengumpulan data. Sampel berjumlah 125 responden, yaitu pengunjung yang bersedia mengisi kuesioner dan memenuhi kriteria inklusi (telah menyelesaikan kunjungan pada hari pengisian, berusia ≥ 17 tahun, dan bersedia memberikan persetujuan). Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur berbasis skala Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) untuk mengukur: (X_1) Fasilitas, (X_2) Citra Destinasi, dan (Y) Kepuasan Pengunjung. Analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji-t (pengaruh parsial), uji-F (pengaruh simultan), dan analisis koefisien determinasi untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Detail operasionalisasi indikator dan instrumen disajikan dalam lampiran studi (Tumewa & Susanto, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Tanggapan Responden

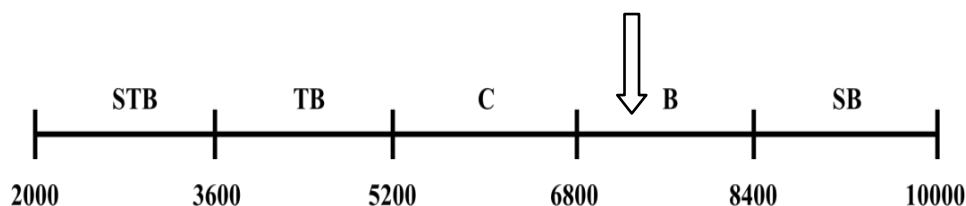
Tabel 2. Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X₁)

No	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1.	Fasilitas lengkap	459	625	73.44%
2.	Fasilitas menarik	505	625	80.80%
3.	Fasilitas tertata rapi	489	625	78.24%
4.	Fasilitas layak digunakan	501	625	80.16%
5.	Fasilitas berfungsi baik	488	625	78.08%
6.	Fasilitas nyaman digunakan	485	625	77.60%
7.	Fasilitas mudah dijangkau	499	625	79.84%
8.	Fasilitas menyebar rata	468	625	74.88%
9.	Fasilitas terawat	489	625	78.24%
10.	Fasilitas tidak mudah rusak	459	625	73.44%
11.	Fasilitas memenuhi harapan	482	625	77.12%
12.	Fasilitas memenuhi kebutuhan selama berwisata	488	625	78.08%
13.	Fasilitas mudah digunakan	487	625	77.92%
14.	Fasilitas menambah kenyamanan saat berwisata	503	625	80.48%
15.	Fasilitas lebih baik dibandingkan museum lain	463	625	74.08%
16.	Jumlah fasilitas lebih banyak dibandingkan museum lain	432	625	69.12%
TOTAL		7.238	8.000	8.000
RATA-RATA		452.38	500	500

Pada variabel fasilitas dengan jumlah 16 pernyataan dan 25 responden diperoleh dengan 7.238. Maka interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval skor kategori} &= \frac{(125 \times 16 \times 5) - (125 \times 16 \times 1)}{5} \\
 &= \frac{10000 - 2000}{5} \\
 &= 1600
 \end{aligned}$$

Diperoleh nilai minimal interval skor kategori 1600. Skor selanjutnya digambarkan dalam garis daerah kontinum sebagai berikut.



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel Fasilitas (X₁)

Keterangan:

STB : Sangat Tidak Baik

TB : Tidak Baik

B : Baik

SB : Sangat Baik

Gambar tersebut menunjukkan bahwa fasilitas di Museum Amazing Art & Games Bandung berada dalam kategori “Baik”.

Tabel 3. Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Destinasi (X₂)

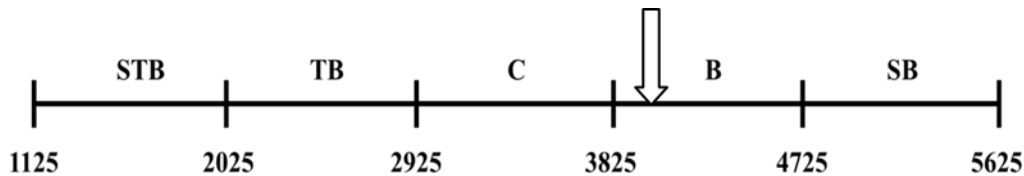
No	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Terdapat keindahan di Museum Amazing Art Games Bandung	528	625	84.48%
2	Akses menuju Museum mudah dijangkau	521	625	83.36%
3	Museum memberikan kesan tersendiri	531	625	84.96%

No	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%
4	Museum memiliki keunikan dari museum lain	526	625	84.16%
5	Museum menunjukkan karya seni yang tidak ada di museum lain	517	625	82.72%
6	Museum memberikan kesan tersendiri bagi saya	515	625	82.40%
7	Museum memiliki pelayanan yang baik dan ramah	515	625	82.40%
8	Museum memiliki kondisi aman dan nyaman	531	625	84.96%
9	Saya merasa senang setelah berkunjung ke museum	521	625	83.36%
TOTAL		4.705	5.625	83.64%
RATA-RATA		522.78	625	83.64%

Pada variabel Fasilitas, terdapat 9 item pernyataan yang dijawab oleh 100 responden berdasarkan hasil tersebut, interval skor untuk setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval skor kategori} &= \frac{(125 \times 9 \times 5) - (125 \times 9 \times 1)}{5} \\
 &= \frac{5625 - 1125}{5} \\
 &= 900
 \end{aligned}$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 900.



Gambar 2. Garis Kontinum Variabel Citra Destinasi (X_2)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi Museum Amazing Art & Games Bandung berada dalam kategori “Baik”.

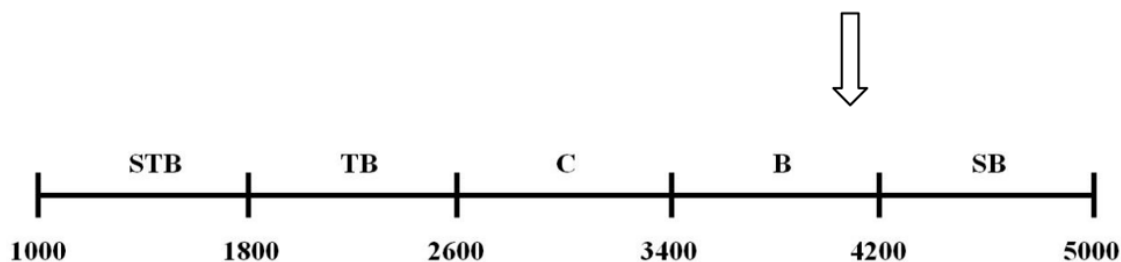
Tabel 4. Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

No	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%
1	Karyawan dan staf memberikan pelayanan yang baik	535	625	85.6%
2	Makanan yang disediakan memiliki kualitas baik	526	625	84.16%
3	Fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai	519	625	83.04%
4	Keinginan berkunjung kembali karena pelayanan memuaskan	532	625	85.12%
5	Keinginan berkunjung kembali karena atraksi wisata yang memuaskan	532	625	85.12%
6	Ingin merekomendasikan karena pelayanan memuaskan	525	625	84.00%
7	Ingin merekomendasikan karena atraksi wisata yang memuaskan	527	625	84.32%
8	Ingin merekomendasikan karena fasilitas penunjang memuaskan	494	625	79.04%
TOTAL		4190	5000	83.8%
RATA-RATA		523.75	625	83.80%

Berdasarkan hasil tersebut, interval skor untuk setiap kategori ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval skor kategori} &= \frac{(125 \times 8 \times 5) - (125 \times 8 \times 1)}{5} \\
 &= \frac{5000 - 1000}{5} \\
 &= 800
 \end{aligned}$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 800.



Gambar 3. Garis Kontinum Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan Museum Amazing Art & Games Bandung berada dalam kategori “Baik”.

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Fasilitas	X1.1	0.790	0.176	Valid
	X1.2	0.696	0.176	Valid
	X1.3	0.743	0.176	Valid
	X1.4	0.743	0.176	Valid
	X1.5	0.795	0.176	Valid
	X1.6	0.709	0.176	Valid
	X1.7	0.690	0.176	Valid
	X1.8	0.757	0.176	Valid
	X1.9	0.822	0.176	Valid
	X1.10	0.747	0.176	Valid
	X1.11	0.711	0.176	Valid
	X1.12	0.769	0.176	Valid
	X1.13	0.677	0.176	Valid
	X1.14	0.786	0.176	Valid
	X1.15	0.666	0.176	Valid
	X1.16	0.703	0.176	Valid
Citra Destinasi	X2.1	0.777	0.176	Valid
	X2.2	0.608	0.176	Valid
	X2.3	0.762	0.176	Valid
	X2.4	0.723	0.176	Valid
	X2.5	0.722	0.176	Valid
	X2.6	0.718	0.176	Valid
	X2.7	0.776	0.176	Valid
	X2.8	0.817	0.176	Valid
	X2.9	0.819	0.176	Valid
Kepuasan Pengunjung	Y1	0.779	0.176	Valid
	Y2	0.691	0.176	Valid
	Y3	0.720	0.176	Valid
	Y4	0.818	0.176	Valid
	Y5	0.710	0.176	Valid
	Y6	0.807	0.176	Valid
	Y7	0.744	0.176	Valid
	Y8	0.752	0.176	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 33 item X₁, X₂, dan Y seluruh item pertanyaan dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel (lebih dari 0,176).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	16	0.944	Realabel/Sangat Baik
Citra Destinasi (X ₂)	9	0.901	Realabel/Sangat Baik
Kepuasan Pengunjung (Y)	8	0.889	Realabel/Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji reabilitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai kolerasi *Cronbach Alpha* variabel Fasilitas $\alpha = 0.944$, Citra Destinasi $\alpha = 0.901$, dan Kepuasan Pengunjung $\alpha = 0.889$. Dan keseluruhan nilai *Cronbach alpha* tersebut telah lebih besar dari 0.8, sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel dari penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79476508
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.046
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil pada Tabel 7, didapat nilai signifikansi sebesar 0.200. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.500	3.802		3.551	.001
FASILITAS	.124	.047	.227	2.639	.009
CITRA DESTINASI	.315	.088	.308	3.578	.000

a. Dependent Variabel: KEPUASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13,500 + 0,124X_1 + 0,315,124X_2$$

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.177	4.18288

a. Predictors: (Constant), CITRA DESTINASI, FASILITAS

Hasil analisis menunjukkan nilai R Square sebesar 0.191, yang berarti 19.1% dari variabel Kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel Fasilitas dan Citra Destinasi secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya yaitu 80.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.500	3.802		3.551	.001
FASILITAS	.124	.047	.227	2.639	.009
CITRA DESTINASI	.315	.088	.308	3.578	.000

a. Dependent Variabel: KEPUASAN

Nilai t_{hitung} yang diperoleh dari uji t selanjutnya dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai df didapat dengan rumus $df = n - 1$; di mana n adalah jumlah sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai $df = 124$ dan nilai signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$), maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1.657.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	502.634	2	251.317	14.364	.000 ^b
	Residual	2134.566	122	17.496		
	Total	2637.200	124			

a. Dependent Variabel: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), CITRA DESTINASI, FASILITAS

Nilai F_{hitung} yang diperoleh dari uji F selanjutnya dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Jika nilai $n = 125$ dan $k = 2$, maka nilai $df_1 = 1$ dan $df_2 = 122$. Dengan demikian, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.57.

PEMBAHASAN

Fasilitas di Museum Amazing Art & Games Bandung

Fasilitas museum secara keseluruhan dinilai dalam kategori baik: pengunjung menilai kelengkapan fasilitas, kemudahan penggunaan, dan kontribusinya terhadap kenyamanan kunjungan cukup positif. Namun analisis kualitatif menunjukkan aspek teknis tertentu (pencahaya set foto, kebersihan toilet, *signage*, dan area istirahat) masih memerlukan peningkatan untuk memenuhi ekspektasi pengunjung dan mendukung pengalaman berfoto yang menjadi inti produk museum.

Citra Destinasi di Museum Amazing Art & Games Bandung

Citra destinasi dinilai kuat; pengunjung menganggap museum memiliki keunikan, daya tarik visual, dan pengalaman yang menyenangkan serta relatif mudah diakses. Citra positif ini dipengaruhi oleh elemen keunikan pameran dan pengalaman interaktif; namun citra juga sensitif terhadap ulasan daring dan kualitas pelayanan artinya pemeliharaan konsistensi pengalaman dan manajemen e-WOM penting untuk menjaga persepsi positif.

Tingkat Kepuasan Pengunjung

Secara umum tingkat kepuasan pengunjung berada pada kategori baik, dengan indikasi bahwa mayoritas responden puas terhadap pelayanan, atraksi, dan fasilitas penunjang. Meski demikian terdapat variasi individu beberapa responden menunjukkan ketidakpuasan pada aspek tertentu (mis. kebersihan atau pelayanan saat jam sibuk) yang menandakan ruang untuk perbaikan operasional agar kepuasan lebih merata.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Analisis statistik menunjukkan fasilitas mempengaruhi kepuasan pengunjung (nilai signifikansi ≤ 0.05). Pembahasan menjelaskan mekanisme: fasilitas yang memadai meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman (termasuk hasil foto), sehingga ekspektasi pengunjung lebih mudah terpenuhi efek ini relevan terutama untuk variabel yang bersifat fungsional (kebersihan, pencahayaan, fasilitas penunjang).

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Menunjukkan pengaruh parsial signifikan terhadap kepuasan (nilai signifikansi sangat rendah), yang berarti persepsi awal pengunjung tentang daya tarik dan reputasi museum berperan besar dalam menentukan evaluasi akhir mereka. Pembahasan menekankan bahwa citra membentuk ekspektasi; bila pengalaman aktual sesuai atau melampaui ekspektasi tersebut, tingkat kepuasan meningkat oleh karena itu pengelola perlu menjaga konsistensi pesan pemasaran dan kualitas pengalaman nyata.

Pengaruh Fasilitas dan Citra Destinasi secara Simultan terhadap Kepuasan

Kedua variabel mempengaruhi kepuasan (uji F signifikan). Namun koefisien determinasi relatif rendah ($R^2 \approx 19.1\%$), yang menunjukkan bahwa meskipun fasilitas dan citra penting, sebagian besar

variasi kepuasan dijelaskan oleh faktor lain (mis. harga tiket, variasi atraksi, pengalaman personal, kondisi hari kunjungan). Implikasi praktisnya: pengelola sebaiknya menggabungkan perbaikan fasilitas dan penguatan citra dengan strategi lain (penyesuaian harga, inovasi atraksi, peningkatan SDM) untuk meningkatkan kepuasan secara lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Fasilitas di Museum Amazing Art & Games Bandung berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (nilai signifikansi fasilitas ≤ 0.05 ; sampel $n = 125$). Citra destinasi memiliki pengaruh parsial yang signifikan dan relatif kuat terhadap kepuasan pengunjung (nilai signifikansi citra ≤ 0.001). Secara simultan, fasilitas dan citra destinasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (uji $F = 14.364$; $p = 0.000$). Koefisien determinasi gabungan rendah ($R^2 \approx 19.1\%$) menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan ($\approx 80.9\%$) dijelaskan oleh faktor lain di luar dua variabel yang diteliti. Implikasi praktis: pengelola perlu memprioritaskan perbaikan fasilitas (pencahayaan, kebersihan, *signage*, area istirahat) dan penguatan citra melalui manajemen ulasan daring serta promosi konsisten untuk meningkatkan kepuasan dan kunjungan ulang. Keterbatasan studi (sampel terbatas pada satu objek dan desain *cross-sectional*) menuntut penelitian lanjutan dengan sampel lebih luas, desain longitudinal, dan penambahan variabel lain (mis. harga, kualitas pelayanan, variasi atraksi) untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 4 No. 2, 22-34.
- Anggraeni, P. W. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9.
- Billy, B., & Soeprapto, V. (2024). Analisis Pengaruh Museum Experience terhadap Revisit Intention di Museum Seni Rupa dan Keramik. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, Vol. 7 No. 2, 775-785.
- Daffa, K. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 8 No. 1, 362-372.
- Dedy, A., & Setyanto. (2021). Pengaruh Brand Image dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Geger Bintang Matahari Gunung Putri Lembang. *Jurnal Manajemen*, Vol. 3 No. 1, 41-47.
- Ely, S., & Asnawi, A. (2024). Menguatkan Citra Destinasi; Pengalaman Pengunjung, Fasilitas Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung yang di Mediasi oleh Citra Destinasi. *KAMBOTI: Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 5 No. 1, 18-33.
- Istikomah. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, terhadap Kepuasan Konsumen pada Wisata Goa Gong Pacitan. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1 No. 6.
- Komalasary. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Sejarah Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis dan Digital*, Vol. 1 No. 1, 10-20.
- Kurniawan, J., & Brian, R. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Museum Macan Jakarta. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, Vol. 5 No. 2, 38-43.
- Lestari, M. (2025). The Influence of Product Quality and Museum Facilities on Visitor Satisfaction at the Sonobudoyo Museum Yogyakarta. *Journal of Tourism, Hospitality, amd Destination*, Vol. 4 No. 3.
- Rizki, M., & Ratnasari, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, Vol. 3, 405-413.

- Sigit, T., & Triani. (2021). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 24 No. 1, 17-29.
- Sugiono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tumewa, A., & Susanto, P. (2024). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, Vo. 7, No. 2, 1419-1534.
- Yaqin, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Amenitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 16 No. 2, 148-158.