



Pengaruh Museum Atmosphere terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik Jakarta

Natashya¹, Stephanie Rosanto²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: lienatashya@gmail.com, l1752@lecturer.ubm.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-15 Keywords: <i>Museum Atmosphere; Visitor Satisfaction; Exterior; General Interior; Layout; Museum Display.</i>	This study aims to examine the influence of museum atmosphere on visitor satisfaction at the Museum of Fine Arts and Ceramics. The museum atmosphere is measured through four dimensions: exterior, general interior, layout, and museum display. The research employs a quantitative descriptive approach, using a questionnaire distributed to 100 respondents who have visited the museum. Data analysis was conducted using simple linear regression with SPSS software. The results indicate that museum atmosphere has a significant simultaneous effect on visitor satisfaction. Among the dimensions, general interior and layout show a dominant influence in creating a comfortable and engaging visitor experience. This research provides valuable insights for museum management to enhance the physical environment and overall visitor experience. It also contributes to cultural tourism development by emphasizing the importance of visitor satisfaction in encouraging repeat visits and positive word-of-mouth.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-15 Kata kunci: <i>Museum Atmosphere; Kepuasan Pengunjung; Exterior; General Interior; Layout; Museum Display.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh museum atmosphere terhadap kepuasan pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik Jakarta. Museum atmosphere dalam penelitian ini dibagi menjadi empat dimensi, yaitu exterior, general interior, layout, dan museum display. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke museum. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum atmosphere secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara parsial, beberapa dimensi seperti interior dan layout memiliki pengaruh dominan dalam menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola museum dalam meningkatkan kualitas atmosfer ruang pameran agar dapat meningkatkan kepuasan dan minat kunjung kembali. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan pariwisata budaya melalui peningkatan kualitas pengalaman di museum.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merujuk pada perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling, baik dengan perencanaan maupun tanpa perencanaan, yang dapat memberikan pengalaman menyeluruh bagi para pelakunya (Ismayanti, 2021). Dalam sektor pariwisata, Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, dan menjadi salah satu aset utama dalam pengembangan sektor pariwisata. Keberagaman tradisi, bahasa, seni, dan warisan leluhur di Nusantara menarik wisatawan domestik dan mancanegara (Djunaid, 2021), menjadikan Indonesia destinasi wisata budaya unggul di dunia (Dewi, 2023). Budaya Indonesia merupakan daya tarik utama bagi wisatawan, namun pengaruh globalisasi menyebabkan

pergeseran nilai, dengan masyarakat lebih tertarik pada budaya asing dan mengurangi apresiasi terhadap budaya lokal. Hal ini berisiko mengikis identitas budaya. Oleh karena itu, pelestarian seni dan budaya harus dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga nilai-nilai budaya, termasuk seni tradisional, agar tetap relevan (Anita & Ardianysah, 2019).

Sebagai sebuah kota besar, Jakarta menawarkan banyak destinasi wisata alam dan budaya, termasuk pusat Seni dan Budaya, seperti museum yang berperan penting dalam upaya ini sebagai wadah untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya lokal Nusantara (Amalia & Agustin, 2022). Setiap pusat seni dan budaya seperti museum harus menentukan solusi yang tepat untuk melestarikan budaya Indonesia di zaman ini yang dimana museum

mulai ditinggalkan karena terkesan kuno dan atmosphere di dalamnya terkesan kaku dan membosankan (Iskandar, 2022).

Kepuasan pengunjung juga memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata seperti pusat seni dan budaya. Pengunjung yang merasa puas dengan pengalaman wisata yang mereka alami cenderung memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang (Ardiansyah & Iskandar, 2021). Selain itu, kepuasan juga mendorong pengunjung untuk merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain (Iskandar, 2021). Rasa puas yang timbul dari pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, serta pengalaman yang sesuai atau melebihi harapan akan menciptakan loyalitas dan membentuk citra positif destinasi di mata publik (Julianto et al, 2023). Oleh karena itu, meningkatkan kepuasan pengunjung menjadi salah satu strategi penting bagi museum dalam meningkatkan pengunjung (Yuan & Marzuki, 2024).

Terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di destinasi wisata. Menurut Suyatno & Hastuti (2022), fasilitas dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung sedangkan menurut Zhou et al., (2022), kepuasan para pengunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah atmosphere wisata yang dibentuk melalui pengalaman lingkungan, sarana, kegiatan, dan interaksi sosial yang menunjukkan bahwa pengalaman yang baik dari suasana tersebut dapat memperkuat identitas merek pribadi, yang selanjutnya berperan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung (Sofiani et al., 2024). Dengan demikian, semakin kuat pengalaman suasana yang dirasakan oleh pengunjung, semakin tinggi pula kepuasan dan keinginan mereka untuk kembali serta merekomendasikan tempat wisata itu (Ardiansyah & Julianto, 2023).

Salah satu destinasi wisata yang sangat populer di kalangan wisatawan untuk menikmati wisata sejarah di Jakarta ialah Kota Tua Jakarta yang merupakan gambaran dari perkembangan kota Jakarta dan menghadirkan berbagai tempat wisata bersejarah, dan memiliki potensi untuk menjadi salah satu destinasi utama bagi wisatawan yang berminat dengan sejarah Jakarta (Angelica & Ardiansyah, 2023). Sebagai pusat sejarah dan budaya Indonesia, Kota Tua Jakarta mempunyai peranan penting dalam melestarikan warisan budaya. Kota Tua memiliki banyak museum bersejarah yang sangat menarik

pengunjung (Utami et al., 2023). Beberapa di antaranya ialah Museum Fatahillah, Museum Wayang, serta Museum Seni Rupa dan Keramik yang didukung oleh pendapat Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa tiga museum diatas memiliki jumlah pengunjung tertinggi dalam 2 tahun terakhir, dengan tampilan grafik sebagai berikut



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Museum di Kota Tua

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan data jumlah pengunjung museum pada tahun 2023 dan 2024, terdapat perkembangan yang menarik pada tiga museum yang berada di area Kota Tua Jakarta, yaitu Museum Seni Rupa dan Keramik, Museum Wayang, dan Museum Fatahillah.

Pada tahun 2023, Museum Fatahillah mencatatkan kunjungan terbanyak dengan total 165.432 pengunjung, diikuti oleh Museum Wayang yang menerima 154.902 pengunjung, dan Museum Seni Rupa dan Keramik dengan angka 146.460 pengunjung. Namun, situasi ini berubah pada tahun 2024. Museum Fatahillah mencatat peningkatan pengunjung menjadi 178.955. Di sisi lain, Museum Seni Rupa dan Keramik tetap menunjukkan angka yang cukup stabil dengan 145.513 kunjungan, hanya sedikit berkurang dibandingkan tahun sebelumnya. Sebaliknya, Museum Wayang mengalami penurunan yang signifikan, dari 154.902 pengunjung pada 2023 menjadi hanya 95.244 pengunjung di tahun 2024. Penurunan ini dapat dipahami melalui keadaan Museum Wayang yang sedang mengalami renovasi sepanjang tahun 2024. Proses renovasi tersebut mungkin berpengaruh terhadap terbatasnya akses atau pengurangan ruang pameran yang bisa dinikmati pengunjung. Ketiga museum tersebut berada di area Kota Tua Jakarta, yang dikenal sebagai lokasi bersejarah dan budaya, serta menjadi tujuan wisata utama di ibu kota. Oleh karena itu,

persaingan antar museum untuk menarik minat pengunjung sangatlah ketat.

Berdasarkan pendapat Piancatelli et al. (2021), saat ini atmosphere atau suasana terbukti menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman dan kepuasan bagi pengunjung serta strategi pemasaran museum yang lebih efisien. Maka dari itu, museum juga seharusnya memiliki atmosphere atau suasana yang menggambarkan kisah sejarah di dalamnya. Didukung juga dengan analisis dan penelitian tentang pengaruh museum atmosphere oleh Satrya dan Telagawathi (2021), yang dapat disimpulkan bahwa museum atmosphere memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan dengan pengaruh yang positif.

Menurut Berman dan Evans (2010) dalam Ilham et al. (2024), museum atmosphere terbagi kedalam empat elemen, diantaranya ialah Exterior (Bagian Luar) merupakan hal pertama yang dilihat oleh pengunjung dan berperan besar dalam membentuk citra destinasi lalu General Interior (Interior Umum) yang berdampak pada cara pandang konsumen, Layout (Tata Letak) yang merupakan pembagian lokasi tempat pada suatu bangunan, Museum Display (Pajangan di Bagian dalam Ruangan) merupakan aset atau pemeran utama yang menjadi tujuan dari berkunjungnya wisatawan ke sebuah museum tertentu.

Maka dapat disimpulkan bahwa salah satu aspek penting yang bisa memengaruhi pola kunjungan adalah atmosphere yang ditawarkan museum, yaitu pengalaman fisik dan emosional yang dirasakan pengunjung saat berada di dalam museum. Museum Fatahillah berhasil menciptakan suasana yang lebih menarik dan nyaman, sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung. Di sisi lain, meskipun Museum Wayang memiliki koleksi yang khas, proses renovasi yang sedang berlangsung dapat mengurangi kualitas pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Museum Fatahillah dan Museum Wayang memiliki jumlah kunjungan yang lebih banyak karena faktor museum atmosphere yang dimiliki lebih menarik pengunjung untuk berkunjung. Museum Fatahillah dan Museum Wayang memiliki papan nama yang dapat langsung dilihat oleh pengunjung sedangkan Museum Seni Rupa dan Keramik tidak memiliki papan nama dan kurang menonjol.

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Museum Seni Rupa dan Keramik adalah satu tempat wisata yang bernilai di kawasan ini namun memiliki jumlah

pengunjung yang sedikit dibandingkan 2 museum lainnya. Dalam penelitian ini, yang dijadikan studi kasus adalah Museum Seni Rupa dan Keramik. Museum Seni Rupa dan Keramik mempunyai visi yakni menjadikan Museum Seni Rupa dan Keramik sebagai pusat pelestarian seni rupa Indonesia dan sebagai tujuan kunjungan wisata seni dan budaya yang bertaraf internasional. Beberapa misi Museum Seni Rupa dan Keramik adalah meningkatkan pelayanan pengunjung serta melakukan penataan ruang koleksi secara berkala. Untuk mewujudkan misi tersebut, dibutuhkan interior dan exterior yang dapat memberikan edukasi dan informasi namun tetap memberikan hiburan bagi pengunjung yang mengunjungi Museum Seni Rupa dan Keramik. interior dan exterior yang disediakan oleh Museum Seni Rupa dan Keramik berupa papan informasi mengenai macam-macam koleksi, pencahayaan, suhu udara serta interior dan exterior lainnya yang dapat menunjang museum atmosphere (Paschou & Papaioannou, 2023).



Gambar 2. Jumlah Pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik

Sumber : Pengelola Museum Seni Rupa dan Keramik

Berdasarkan Grafik yang telah penulis olah, Jumlah pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik menunjukkan perubahan yang cukup drastis dari tahun 2019 sampai 2024. Di tahun 2019, museum ini mencatat rekor pengunjung terbanyak dalam rentang waktu tersebut, yaitu sebanyak 184.412 orang. Namun, di tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan yang signifikan karena dampak pandemi COVID-19, di mana jumlah pengunjung hanya mencapai 27.118 pada tahun 2020 dan menurun ke titik terendah 9.122 di tahun 2021. Seiring dengan berkurangnya dampak pandemi dan kembalinya operasional tempat umum, kunjungan ke museum mulai bangkit kembali. Di tahun 2022, jumlah pengunjung mengalami lonjakan besar menjadi 97.769, hampir sepuluh kali lipat dibanding tahun sebelumnya. Pola peningkatan ini terus berlanjut di tahun 2023 dengan total 144.460 pengunjung, dan mengalami penurunan sedikit

di tahun 2024 dengan 145.513 pengunjung. Meskipun terjadi peningkatan setelah pandemi, Museum Seni Rupa dan Keramik ini tetap menghadapi berbagai tantangan yang mengancam kelestarian warisan budayanya salah satunya ialah bagaimana Museum Seni Rupa dan Keramik menjaga dan meningkatkan museum atmosphere sehingga dapat memberikan suasana yang nyaman dan historis ketika berada di museum baik itu ruang pameran maupun sekitar bangunan museum. Karena jika dilihat dari tahun 2019, jumlah pengunjung di tahun 2024 belum sepenuhnya kembali ke angka sebelum pandemi. Total pengunjung tahun 2024 (145.513) masih kurang sekitar 38.899 pengunjung dibandingkan tahun 2019 (184.412). Ini menunjukkan bahwa meskipun ada tren pemulihan yang baik, tingkat kunjungan masih belum sepenuhnya pulih yang juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti cuaca, program pameran, atau hal-hal eksternal seperti persaingan dari destinasi wisata atau museum lain hingga kurangnya promosi yang dapat menyebabkan penurunan jumlah wisatawan. Faktor Internal museum sendiri juga dapat berpengaruh terhadap penurunan pengunjung yaitu dengan terdapat indikasi museum atmosphere yang kurang nyaman bagi pengunjung yang didukung oleh beberapa ulasan pengunjung mengenai kurangnya pendukung interior dan lainnya.

Exterior museum seni rupa dan keramik menjadi kesan pertama bagi pengunjung, namun kondisi saat ini kurang mendukung karena papan nama tidak terlihat jelas dan letak bangunan agak masuk ke dalam, sehingga pengunjung merasa kesulitan dalam menemukan lokasi museum dan membuat pengalaman awal pengunjung menjadi kurang menarik. Berdasarkan dari pengamatan peneliti saat berkunjung ke Museum Seni Rupa dan Keramik, saat di dalam museum, sejumlah masalah general interior yang memiliki dampak pada cara pandang konsumen sehingga perlu dirancang sebaik mungkin juga mempengaruhi kenyamanan pengunjung seperti pencahayaan yang tidak merata bahkan mati di beberapa titik mengurangi visibilitas koleksi, ventilasi yang kurang membuat udara terasa panas dan pengap, serta layout ruang pameran yang sempit dan berliku menyulitkan orientasi dan pergerakan, terutama ketika museum ramai. Sedangkan museum lain seperti yang ditunjukkan Museum Fatahillah dan Museum Wayang dalam ulasan Google Review, interior yang mendukung meliputi penataan ruang, pencahayaan, dan

desain layout yang tepat sangat penting untuk menciptakan kenyamanan dan pengalaman pengunjung yang berkesan. Kondisi ini didukung melalui observasi peneliti pada gambar di bawah ini

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwa terdapat indikasi yang kurang baik dari museum atmosphere yang dapat mengurangi kepuasan pengunjung ketika berkunjung ke Museum Seni Rupa dan Keramik. Kepuasan Pengunjung adalah salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daya tarik wisata. Maka penulis berfokus melakukan penelitian pada "Pengaruh Museum Atmosphere Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik"

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis pengaruh dimensi museum atmosphere terhadap kepuasan pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik di Jakarta. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif, kuesioner skala Likert empat poin, dan dokumentasi, dengan responden berjumlah 100 orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung museum selama tahun 2024, sedangkan sampel dihitung menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tabel 1. Uji Regres Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1				
(Constant)	1,954	0,898	-	2,176
Museum Atmosphere	0,097	0,012	0,641	8,278

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Museum Atmosphere (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dengan persamaan regresi $Y = 1,954 + 0,097X$. Nilai

signifikansi ($0,000 < 0,05$) membuktikan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Koefisien regresi sebesar 0,097 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada atmosfer museum meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,097 poin.

Tabel 2. Uji T

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-1,297	0,885	-	-1,466	0,146
Exterior (X1)	0,084	0,022	0,257	3,812	0,000
General Interior (X2)	0,073	0,012	0,404	6,025	0,000
Layout (X3)	0,474	0,071	0,431	6,630	0,000
Museum Display (X4)	0,428	0,097	0,309	4,395	0,000

Uji t menunjukkan bahwa semua dimensi dari Museum Atmosphere yaitu Exterior, General Interior, Layout, dan Museum Display berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung, karena nilai t hitung $>$ t tabel (1,985) dan sig. $<$ 0,05 pada seluruh variabel. Dimensi Layout (X3) memiliki pengaruh paling dominan dengan Beta 0,431, menunjukkan perannya yang paling besar dalam membentuk kepuasan pengunjung.

Tabel 3. Uji F

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	131,604	4	32,901	36,987	0,000
Residual	84,506	95	0,890		
Total	216,110	99			

Uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan nilai F hitung = 36,987 $>$ F tabel = 2,467 dan sig. = 0,000 $<$ 0,05. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi dari dimensi-dimensi atmosfer museum memberikan pengaruh yang bermakna terhadap tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,641	0,411	0,405	1,13919

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 menunjukkan bahwa 41,1% variabel Kepuasan Pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel Museum Atmosphere, sementara 58,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini menunjukkan kekuatan hubungan yang sedang, dan menegaskan

pentingnya faktor atmosfer dalam memengaruhi persepsi dan kepuasan pengunjung terhadap museum.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh museum atmosphere terhadap kepuasan pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik, diperoleh bukti empiris yang sangat kuat bahwa seluruh dimensi dari museum atmosphere — yaitu exterior, general interior, layout, dan museum display — berpengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan adanya hubungan linier positif yang signifikan antara museum atmosphere dengan kepuasan pengunjung, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,097 (sig. 0,000 $<$ 0,05), dengan konstanta sebesar 1,954 yang berarti ketika tidak ada kontribusi dari variabel bebas (museum atmosphere), kepuasan tetap berada pada nilai dasar tersebut. Lebih lanjut, uji T parsial menunjukkan bahwa keempat dimensi memiliki nilai t hitung yang jauh melebihi t tabel (1,985), dengan nilai signifikansi masing-masing $<$ 0,05, sehingga H_a untuk semua dimensi diterima dan H_o ditolak. Dimensi layout menjadi faktor paling dominan dengan pengaruh sebesar 43,1%, mengindikasikan bahwa penataan ruang yang baik sangat menentukan kenyamanan dan kepuasan pengunjung; disusul oleh general interior (40,4%), museum display (30,9%), dan exterior (25,7%). Fakta ini diperkuat oleh hasil uji F simultan yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 36,987 $>$ F tabel 2,467 dan nilai sig. sebesar 0,000, membuktikan bahwa secara bersama-sama keempat dimensi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kemudian, melalui uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R Square sebesar 0,411 yang berarti sebesar 41,1% variasi dari kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel museum atmosphere, sedangkan sisanya 58,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini, seperti harga tiket, pelayanan, aksesibilitas, atau bahkan faktor personal pengunjung. Hasil ini termasuk dalam kategori sedang menurut interpretasi nilai R^2 dan sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu seperti oleh Margau (2024) di Museum Bahari dan Ilham et al. (2024) yang menunjukkan bahwa dimensi atmosphere

merupakan faktor krusial dalam memengaruhi keputusan dan kepuasan pengunjung. Perbandingan antar museum memperlihatkan bahwa Museum Seni Rupa dan Keramik memiliki keunggulan khususnya dalam aspek layout dan interior yang tertata lebih optimal dan menunjang pengalaman pengunjung, berbeda dengan Museum Bahari yang masih menghadapi beberapa kendala pada aspek pencahayaan dan penataan display. Oleh karena itu, temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan atmosphere museum secara holistik sangat penting untuk meningkatkan kualitas pengalaman berkunjung, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan serta potensi loyalitas pengunjung di masa mendatang.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa museum atmosphere berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung di Museum Seni Rupa dan Keramik, baik secara parsial maupun simultan. Seluruh dimensi atmosfer museum—Layout, General Interior, Museum Display, dan Exterior—terbukti valid dan reliabel, serta berkontribusi terhadap kepuasan dengan Layout sebagai dimensi yang paling dominan. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data memenuhi syarat analisis regresi, dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 mengindikasikan bahwa 41,1% variasi kepuasan pengunjung dijelaskan oleh keempat dimensi tersebut, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan atmosfer museum sebagai strategi peningkatan kepuasan pengunjung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Museum Seni Rupa dan Keramik melakukan peningkatan menyeluruh terhadap elemen-elemen Museum Atmosphere seperti exterior, general interior, layout, dan museum display, mengingat keempat dimensi ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Museum perlu memperjelas identitas visual dari luar gedung, memperbaiki pencahayaan dan kenyamanan suhu dalam ruangan, menata ulang alur ruang dan koleksi agar lebih informatif serta memaksimalkan teknologi dan elemen visual

yang mendukung narasi sejarah. Pemerintah diharapkan turut berperan aktif memberikan dukungan fasilitas dan pendanaan dalam upaya tersebut. Sementara itu, peneliti selanjutnya dianjurkan untuk menambah variabel lain seperti fasilitas, pelayanan, dan minat kunjung ulang guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung museum.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, N. A., & Agustin, D. (2022). Peranan Pusat Seni dan Budaya sebagai Bentuk Upaya Pelestarian Budaya Lokal. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 19(1), 34–40. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v19i1.13707>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15–31.
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh daya tarik wisata terhadap revisit intention di Museum Wayang kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133.
- Anita, T. L., & Ardiansyah, I. (2019). The effect of brand awareness, brand image, and media communication on purchase decision in the context of urban area restaurant. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(2), 40–50.
- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2022). Analisis Potensi Ekowisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Dengan Menggunakan Metode Analisis Ado–Odtwa. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2621–2630.
- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2022). Analisis potensi ekowisata di Taman Wisata Alam Gunung Pancar dengan menggunakan metode analisis ADO–ODTWA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2621–2630.
- Ardiansyah, I., & Julianto, E. (2023). Persepsi Wisatawan terhadap Infrastruktur Wisata Pasca Revitalisasi Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 194–206.
- Ardiansyah, I., & Julianto, E. (2023). Persepsi wisatawan terhadap infrastruktur wisata pasca revitalisasi kawasan Kota Tua

- Jakarta. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 6(1), 194-206.
- Azizah, N. (2022a). (Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen Dan Mahasiswa Pendidikan Ips). *Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen Dan Mahasiswa Pendidikan Ips*, 1-8.
- Azizah, N. (2022b). *Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen dan Mahasiswa Pendidikan IPS*.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif.
- Batubara, A. F., & Maulida, M. (2024). Tersambung dalam Sejarah Peran Museum dalam Dinamika Masyarakat. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 6(2), 41-50.
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh store atmosphere, etika bisnis dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1-5.
- Dewi, N. A. (2023). Strategi Branding Pariwisata Indonesia melalui Wonderful Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 161-168.
<https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.234>
- Diana, R., & Bahgie, W. (2020). Pengaruh store atmosphere dan lokasi terhadap minat beli di serba ada Takengon. *Jurnal Kebangsaan*, 9(18).
- Djunaid, I. S. (2021). Penyuluhan pentingnya pemahaman siswa SMK Pariwisata tentang skill yang dibutuhkan dalam dunia kerja pariwisata di SMK Darmawan Bogor. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Djunaid, I. S. (2021). Penyuluhan pentingnya pemahaman siswa SMK Pariwisata tentang skill yang dibutuhkan dalam dunia kerja pariwisata di SMK Darmawan Bogor. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Farhan, F., Fajri, A., Zalzal, G. G., & Prakosa, A. (2024). PENGARUH ATRIBUT, KUALITAS PELAYANAN, AKSESIBILITAS, DAN GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN REKREASI MERAPI PARK. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(2), 9.
- Febriani, F., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 368.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470.
- Habib Hariyadi, A., Widiatmoko, S., & Setya Wiratama, N. (2022). Studi Tentang Peran dan Fungsi Museum Anjuk Ladang di Kabupaten Nganjuk Tahun 2018-2022. *Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2), 463-471.
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi revisi undang-undang tentang kesejahteraan lanjut usia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(1), 43-55.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248-253).
- Harmazi, R., & Trihudiatmanto, M. (2022). Store Atmosphere dalam Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 2(6), 1-14.
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Syariah Di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1-15.
- Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis pengukuran temperatur udara dengan metode observasi. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8-15.
- Huda, N., Rasyid, A. A., Suyata, P., & Sumarno, S. (2013). Pengembangan Model Penelitian Perspektif Gender. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 17(2), 304-317.
<https://doi.org/10.21831/pep.v17i2.1702>

- Husen, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING CAMPAIGN DI TOKO MEDEL SAKINAH KARAWANG. *JURNAL ECONOMINA*, 2 (6), 1356-1362.
- Ibrahim, M. L., Suseno, D. A. N., & Mahargyo, D. P. (2025). Word Of Mouth Sebagai Determinan Keputusan Pembelian Produk Perikanan Pada PT HSS Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 83-92.
- Ilham, S., Silaningsih, E., Kartini, T., & Gemina, D. (2024). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Strategi Store Atmosphere. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 186-200.
- Iskandar, H. (2021). Strategi pengembangan objek wisata Pantai Pelawan, Tanjung Balai Karimun sebagai kawasan strategis pariwisata berkelanjutan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(1), 29-44
- Iskandar, H. (2022). Peran Koko Cici Jakarta Dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta: Peran Koko Cici Jakarta Dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(2), 144-151
- Ismayanti. (2021). Pengantar pariwisata. <http://books.google.com/books?id=Kzxaq1D5-RcC&pgis=1>
- Jabnabillah, F., Aswin, A., & Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas situs web pemerintah sebagai sumber data sekunder bahan ajar perkuliahan statistika. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 59-70.
- Julianto, J., Michelle, C., Wahyudi, P., & Sahputra, R. D. (2023). Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo di Kota Palembang. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 1(2), 1-13.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Pro Mark*, 10(1).
- Kaunang, M. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2021). The Importance-Performance Analysis Of Store Atmosphere At Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1858-1866.
- Kosho, P. P., Hehanussa, D. J. A., & Salamor, Y. B. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Transgender Sebagai Warga Binaan Pemasyarakatan. *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(6), 609-617.
- Krisnadi, A. R., Rahmanita, M., Nurbaeti, & Wulan, S. (2025). Sustainable development strategy for the Museum Prasasti in the Special Capital Region of Jakarta, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 12(6), 588-597.
- Listyorini, H., Supriyadi, A., Wuntu, G., Kristanto, F. H., & Ardiana, A. R. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Desa Wisata Penglipuran Bali. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 6(2).
- Loindong, A. S. G., Tewal, B., & Sendow, G. M. (2023). Pengaruh Locus of Control dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kantor SatPol-PP Kota Tomohon). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 110-121.
- Lubis, E. F., & Indira, T. T. (2023). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AYAM PENYET CINDELARAS BAGAN BATU KABUPATEN ROKAN HILIR. *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 1-9.
- Lubis, H., & Yusnaini, Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor Terkait Akses Usia Produktif (15-64 Tahun) di Wilayah Kerja Puskesmas Kota Kutacane Pulongas, Kecamatan Babussalam, Kabupaten Aceh Tenggara. *Jurnal Anestesi*, 1(2), 139-153.
- Margau, D. H. (2024). Pengaruh Museum Atmosphere terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Museum Bahari. 7, 1-23.
- Muliati, N. K., Yuniasih, N. W., & Putra, P. D. S. (2021). Pengaruh Whistleblowing Dan Penerapan Hukum Karma Phala Pada

- Pencegahan Kecurangan Di Lpd Se-Kota Denpasar. *Juara: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(2), 243–255.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948.
- Natalia, D., & Krisnadi, A. R. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan berdasarkan komponen destinasi wisata di kawasan kuliner, Pasar Lama Tangerang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*. 2 (1), 34–46.
- Nilamsari, W. (2023). Strategi Advokasi Penanggulangan Hiv/Aids Bagi Kelompok Waria Di Jakarta Timur (Studi Kasus Yayasan Srikandi Sejati). *Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif*
- Nurhaswinda, N., Egistin, D. P., Rauza, M. Y., Rahma, R., Ramadhan, R. H., Ramadani, S., & Wahyuni, W. (2025). Analisis regresi linier sederhana dan penerapannya. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 69–78.
- Paschou, S., & Papaioannou, G. (2023). Exploring the Digital Atmosphere of Museums: Perspectives and Potential. *Technologies*, 11(5), 149.
- Piancatelli, C., Massi, M., & Vocino, A. (2021). The role of atmosphere in Italian museums: Effects on brand perceptions and visitor behavioral intentions. *Journal of Strategic Marketing*, 29(6), 546–566.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121–134.
- Pujilestari, S., & Amelia, J. R. (2021). Karakteristik Wisatawan Dan Perilaku Keamanan Pangan Di Kawasan Kota Tua Dki Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(1), 74–83.
- Purba, E., Purba, B., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi: Yayasan Kita Menulis*.
- Puspita, D., & Widodo, S. (2020). Pengaruh disiplin kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pt. persada arkana buana, jakarta. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 31–41.
- Ralahallo, B. A. B., & Muhrim, M. R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Saburo Kota Ambon: Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Saburo Kota Ambon. *HIPOTESA*, 16(2), 91–107.
- Rosalinda, R., & Suryani, W. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Di Tiktok Shop (Pada Orang Muda Katolik Paroki Aekkanopan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 7001–7012.
- Rosanto, S., & Chainarta, V. (2021). Analisa aspek kebijakan pemerintah terhadap potensi wisata alam di Danau Sarantangan, Singkawang, Kalimantan Barat. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2805–2811.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4 (4), 279.
- Rozi, M. (2024). PENGARUH FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI JAM GADANG KOTA BUKITTINGGI. *Fillgap in Management and Tourism*, 2(2), 178–183.
- Satrya, M. A. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan kfc. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236–245.
- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 95–103.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110.

- Sofiani, S., Rosanto, S., & Adinugroho, G. (2024). Analysis of tourism destination management strategies of Angke Kapuk Mangrove Nature Tourism Park as an ecotourism destination in North Jakarta to increase interest in returns. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1366(1), 012006.
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 29–40.
- Suyatno, R., & Hastuti, M. A. S. W. (2022). PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (Studi pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, 5(2), 133–142.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh store atmosphere, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1–18.
- Tanjung, F. S., Hendarti, R., & Siagian, M. V. S. (2023). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN UD. BSS KOTA MEDAN. *Mount Hope Economic Global Journal*, 1(3), 75–82.
- Toro, S., & Yulianti. (2020). The Atmosphere of Infinity Mirrored Room (A Work of Yayoi Kusama) as the Branding of Museum Macan in Jakarta. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 10(2), 37–42. <https://doi.org/10.9734/arjass/2020/v10i230144>
- Utami, K. N., Wulandari, H., Mahendra, M. Y., & Safitri, D. (2023). Analisis Bangunan Bersejarah Kota Tua Berdasarkan Filosofi Flaneur. *CaLLs: Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics*, 9(1), 53–63.
- Warda, A. S., & Paryoko, V. G. P. J. (2025). Kajian Arsitektur Simbolik pada Museum Fatahillah. *JOUR (JOURNAL OF ARCHITECTURE AND URBANISM RESEARCH)*, 8(2), 225–232.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis. *Klik Media*.
- Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). Pengantar Pariwisata. *Nilacakra*.
- Youlandha, C. P. (2011). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan Jasa Karaoke Keluarga Happy Puppy di Jember.
- Yuan, L., & Marzuki, A. (2024). What keeps historical theme park visitors coming? Research based on expectation confirmation theory. *Frontiers in Psychology*, 15, 1293638.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).
- Yuliana, D., & Putri, O. A. W. (2021). Pengaruh penggunaan digital storytelling terhadap hasil belajar siswa mata pelajaran dasar desain grafis. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 1(1), 36–46.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh store atmosphere, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *EMAS*, 2(1).
- Zhou, L., Ouyang, F., Li, Y., Zhan, J., Akhtar, N., & Ittefaq, M. (2022). Examining the factors influencing tourists' destination: a case of Nanhai movie theme park in China. *Sustainability*, 14(18), 11419