

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
PADA OBJEK WISATA RELIGI MUSEUM BAYT AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG**

¹Tri Sulistiawati, ²Nova Yanti Maleha, ³Doly Nofiansyah

^{1,2,3}Universitas Indo Global Mandiri

Email: ¹tri279603@gmail.com, ²nova@stebisigm.ac.id, ³doly@uigm.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Kualitas Layanan,
Keputusan Berkunjung
Wisatawan, Wisata
Religi.*

Cara Sitasi:

Penulis, Tri
Sulistiawati. "Pengaruh
Kualitas Layanan
terhadap Keputusan
Berkunjung Wisatawan
pada Objek Wisata
Religi Museum Bayt Al-
Qur'an Al-Akbar
Palembang." *Currency*
(Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah)
[Volume 05, Nomor 01](#)
Oktober 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak JASP versi 0.19.3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dengan koefisien regresi sebesar 0,369 dan nilai signifikansi ($p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,715 menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan 71,5% variasi keputusan berkunjung wisatawan, sedangkan 28,5% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata religi. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas fasilitas fisik, penyediaan informasi kunjungan yang jelas, peningkatan responsivitas petugas, serta penciptaan kenyamanan bagi wisatawan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendukung keberlanjutan kunjungan wisatawan ke Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

This study aims to analyze the influence of service quality on tourists' decision to visit religious tourism objects Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Museum Palembang. This study uses a quantitative approach with an explanatory research type. The research sample totaled 100 respondents who were determined using the Slovin formula with a simple random sampling technique. Data were collected through questionnaire distribution and analyzed using simple linear regression with the help of JASP software version 0.19.3.0. The results showed that service quality had a positive and significant effect on tourists' decision to visit, with a regression coefficient of 0.369 and a significance value ($p < 0.001$). A determination coefficient value (R^2) of 0.715 indicates that service quality is able to explain 71.5%

of the variation in tourists' visiting decisions, while the remaining 28.5% is explained by factors other than the research model. These findings show that the quality of service, which includes physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, is an important factor in driving tourists' decisions to visit religious tourist destinations. The implications of this study confirm the importance of improving the quality of physical facilities, providing clear visit information, increasing the responsiveness of officers, and creating comfort for tourists. These efforts are expected to increase the attractiveness of destinations and support the sustainability of tourist visits to the Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Museum Palembang.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor yang terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pengalaman perjalanan, rekreasi, edukasi, dan spiritualitas. Perkembangan sektor ini tidak hanya ditentukan oleh daya tarik destinasi, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam menyediakan layanan yang mampu memenuhi harapan wisatawan (Setyaningsih, 2025). Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar karena didukung oleh kekayaan alam, budaya, sejarah, dan tradisi keagamaan yang tersebar di berbagai daerah. Kualitas pengalaman wisatawan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi dan memperkuat daya saing pariwisata daerah (Dewi et al., 2024).

Kota Palembang memiliki potensi wisata religi yang kuat karena sejarah Islam, warisan budaya, dan identitas keagamaan yang melekat dalam kehidupan masyarakat. Situs peninggalan Islam dan destinasi berbasis spiritual menjadi bagian penting dari ekosistem pariwisata kota tersebut (Kabib Sholeh, 2021). Pengembangan wisata religi di Palembang perlu diarahkan pada pengelolaan yang profesional, tetapi tetap selaras dengan nilai keislaman, edukasi, dan tradisi lokal (Silaban et al., 2023).

Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang merupakan salah satu destinasi wisata religi yang memiliki daya tarik khas karena menghadirkan Al-Qur'an ukir kayu berukuran besar sebagai media edukasi, spiritualitas, dan budaya Islam. Hasil penelitian Febrian dan Walian (2024) menunjukkan bahwa museum ini dapat dikunjungi sekitar 300 wisatawan per hari, bahkan meningkat hingga hampir 1.000 pengunjung pada akhir pekan dan hari libur. Lonjakan kunjungan juga terjadi pada bulan Ramadan karena museum menjadi salah satu rujukan wisata religi di Kota Palembang.

Data kunjungan menunjukkan adanya fluktuasi jumlah wisatawan dalam tiga tahun terakhir. Pengunjung museum tercatat sebanyak 103.350 orang pada tahun 2023, meningkat menjadi 144.141 orang pada tahun 2024, lalu menurun menjadi 114.035 orang pada tahun 2025. Peningkatan kunjungan dari tahun 2023 ke 2024 mencapai 39,5%, sedangkan penurunan dari tahun 2024 ke 2025 mencapai 20,9%. Pola tersebut menunjukkan bahwa tingginya daya tarik destinasi belum sepenuhnya menjamin stabilitas kunjungan apabila tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai.

Permasalahan layanan di Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar masih terlihat pada beberapa aspek, terutama responsivitas petugas, ketersediaan fasilitas pendukung, kenyamanan ruangan, dan sistem informasi kunjungan. Pelayanan tiket yang masih dilakukan secara manual karena belum optimalnya sistem barcode atau pemesanan daring berpotensi menimbulkan antrean. Suhu ruangan yang relatif panas akibat keterbatasan pendingin dan ventilasi juga dapat menurunkan kenyamanan pengunjung. Kondisi tersebut menimbulkan kesenjangan antara harapan wisatawan dan pengalaman yang diterima, sehingga dapat memengaruhi keputusan untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Febrian & Walian, 2024).

Kualitas layanan dalam wisata religi tidak hanya berkaitan dengan kenyamanan fisik, tetapi juga berhubungan dengan pengalaman spiritual wisatawan. Suasana yang tertib, informasi yang jelas, penghormatan terhadap nilai keagamaan, dan pelayanan yang responsif menjadi elemen penting dalam

membentuk pengalaman berkunjung. Maria Magdalena Sihotang (2025) menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, termasuk keputusan untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi kepada calon wisatawan lain.

Kesenjangan layanan pada destinasi museum keagamaan juga ditemukan dalam penelitian Fahri et al. (2024) di Samudera Pasai Islamic Museum. Penelitian tersebut menggunakan metode SERVQUAL dan menemukan gap negatif pada dimensi responsiveness dan assurance, yang menunjukkan bahwa layanan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pengunjung. Temuan ini memperkuat pentingnya evaluasi kualitas layanan secara sistematis, terutama pada destinasi wisata religi yang tidak hanya menjual daya tarik visual, tetapi juga pengalaman edukatif dan spiritual.

Kajian mengenai kualitas layanan pada destinasi wisata telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar berfokus pada objek wisata umum, hotel, atau destinasi rekreasi. Penelitian yang secara khusus menguji pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata religi berbasis museum Al-Qur'an masih terbatas. Celah penelitian ini penting karena karakter wisata religi memiliki kekhasan pada aspek nilai, etika, kenyamanan ibadah, pengalaman spiritual, dan edukasi keislaman. Penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

Artikel ini memiliki kontribusi empiris dan praktis. Kontribusi empirisnya terletak pada pengujian kualitas layanan sebagai faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata religi berbasis museum. Kontribusi praktisnya terletak pada penyediaan rekomendasi bagi pengelola museum dalam meningkatkan layanan, memperkuat kenyamanan pengunjung, dan menjaga keberlanjutan jumlah kunjungan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan, harapan, dan pengalaman pengguna layanan. Dalam konteks destinasi wisata, kualitas layanan tampak melalui fasilitas fisik, kebersihan, kejelasan informasi, keramahan petugas, ketepatan pelayanan, dan kenyamanan selama kunjungan (Prakoso, 2022). Layanan yang baik akan membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi, sedangkan layanan yang tidak sesuai harapan dapat menurunkan kepercayaan dan minat berkunjung (Apriadi & Indriyanti, 2025).

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangibles berkaitan dengan bukti fisik berupa fasilitas, perlengkapan, kebersihan, dan tampilan petugas. Reliability menunjukkan kemampuan pengelola memberikan layanan secara tepat, konsisten, dan akurat. Responsiveness menggambarkan kesediaan petugas dalam membantu wisatawan secara cepat. Assurance mencakup kompetensi, kesopanan, dan kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa aman. Empathy menunjukkan perhatian personal pengelola terhadap kebutuhan wisatawan (Humaera Silvia Maristy, 2020).

Kualitas layanan pada destinasi wisata religi memiliki karakter yang lebih luas dibandingkan layanan wisata umum. Wisatawan tidak hanya membutuhkan fasilitas yang memadai, tetapi juga suasana yang tertib, penghormatan terhadap nilai keagamaan, penjelasan informatif, dan kenyamanan dalam menikmati pengalaman spiritual. Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar sebagai destinasi religi dan edukatif memerlukan layanan yang mampu menghubungkan aspek fisik, edukasi, dan spiritualitas secara seimbang.

Keputusan Berkunjung Wisatawan

Keputusan berkunjung wisatawan merupakan proses penentuan pilihan terhadap suatu destinasi berdasarkan informasi, persepsi, kebutuhan, pengalaman, dan evaluasi terhadap alternatif yang tersedia.

Susan Horner dan John Swarbrooke (2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumen pariwisata mencakup motivasi, persepsi, pengambilan keputusan, pengalaman selama kunjungan, evaluasi pascakunjungan, serta kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang. Keputusan berkunjung tidak hanya terjadi sebelum wisatawan datang ke destinasi, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman yang memengaruhi penilaian setelah kunjungan.

Indikator keputusan berkunjung dalam penelitian ini diarahkan pada dua aspek utama, yaitu keputusan untuk mengunjungi destinasi dan keputusan untuk berkunjung kembali. Keputusan berkunjung menunjukkan tindakan wisatawan dalam memilih destinasi dari beberapa alternatif yang tersedia (Dwi et al., 2022). Keputusan berkunjung kembali menunjukkan kecenderungan wisatawan untuk memilih kembali destinasi yang sama berdasarkan pengalaman dan kepuasan yang diperoleh selama kunjungan (Hernawati, 2025).

Keputusan wisatawan dalam konteks wisata religi dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan pengalaman yang diterima. Wisatawan akan lebih mudah mengambil keputusan untuk berkunjung apabila destinasi dianggap memiliki daya tarik, informasi yang jelas, fasilitas yang memadai, kenyamanan spiritual, dan layanan yang menghargai kebutuhan pengunjung.

Hubungan Kualitas Layanan dan Keputusan Berkunjung Wisatawan

Kualitas layanan memiliki hubungan langsung dengan keputusan berkunjung wisatawan karena layanan menjadi bagian dari pengalaman destinasi. Wisatawan yang memperoleh layanan ramah, fasilitas memadai, informasi jelas, dan respons cepat dari petugas cenderung membentuk persepsi positif terhadap destinasi. Persepsi positif tersebut dapat meningkatkan keyakinan wisatawan untuk berkunjung, berkunjung kembali, dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Hasil penelitian Sumatri et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian Kusumawati et al. (2025) juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk minat wisatawan untuk memilih destinasi. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan layanan yang baik dapat memperkuat daya tarik destinasi dan meningkatkan keputusan wisatawan.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1: kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

Metode Penelitian

Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh kualitas layanan sebagai variabel bebas terhadap keputusan berkunjung wisatawan sebagai variabel terikat. Penelitian dilaksanakan di Objek Wisata Religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang yang berlokasi di Jalan Mohammad Amin 109, Kecamatan Gandus, Kota Palembang, Sumatra Selatan.

Desain penelitian diarahkan untuk memperoleh data numerik dari responden melalui kuesioner. Data tersebut digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dan menguji hipotesis secara statistik. Variabel kualitas layanan (X) diukur melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) diukur melalui keputusan berkunjung dan keputusan berkunjung kembali.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi penelitian mengacu pada seluruh pengunjung Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. Jumlah pengunjung tahun 2025 tercatat sebanyak 114.035 orang dan digunakan sebagai dasar penentuan sampel. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu

pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa membedakan karakteristik tertentu (Arpita Lakhre, 2024).

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Skala pengukuran menggunakan skala Likert untuk mengetahui persepsi responden terhadap kualitas layanan dan keputusan berkunjung. Data sekunder diperoleh dari dokumen pengelola, data kunjungan, dan literatur yang relevan dengan pariwisata, wisata religi, kualitas layanan, serta perilaku wisatawan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi JASP 0.19.3.0. Tahap analisis mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan item kuesioner dalam mengukur variabel penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian melalui nilai Cronbach's Alpha.

Pemeriksaan asumsi klasik dilakukan untuk menilai kelayakan model regresi. Uji normalitas digunakan sebagai pemeriksaan awal terhadap distribusi data atau residual model. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model. Analisis regresi linear sederhana digunakan karena penelitian hanya melibatkan satu variabel bebas, yaitu kualitas layanan, dan satu variabel terikat, yaitu keputusan berkunjung wisatawan. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, sedangkan uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi.

Hasil Penelitian

Uji Instrumen

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas layanan (X) memiliki nilai Pearson's correlation pada rentang 0,559 hingga 0,803 dengan $p\text{-value} < 0,001$. Seluruh item pada variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) memiliki nilai Pearson's correlation pada rentang 0,792 hingga 0,858 dengan $p\text{-value} < 0,001$. Nilai r hitung seluruh item lebih besar daripada r tabel sebesar 0,196, sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel kualitas layanan (X) sebesar 0,941, sedangkan nilai Cronbach's Alpha variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0,923. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada batas minimum 0,60. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas Shapiro-Wilk menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga sebaran data tidak sepenuhnya memenuhi asumsi normalitas. Korelasi Spearman's Rho disajikan sebagai analisis pendukung untuk melihat kekuatan hubungan antarkonstruksi. Hasil uji Spearman's Rho menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,561 dengan signifikansi $p < 0,001$. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dan keputusan berkunjung wisatawan dengan tingkat hubungan sedang menuju kuat.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,369. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05, sehingga model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Model dinyatakan memenuhi asumsi homoskedastisitas karena varians residual relatif stabil.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai konstanta sebesar 6,335. Nilai tersebut berarti bahwa ketika kualitas layanan dianggap konstan, keputusan berkunjung wisatawan berada pada nilai 6,335. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,369 dengan signifikansi $p < 0,001$. Nilai ini

menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan sebesar 0,369 satuan.

Nilai t hitung sebesar 15,672 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984. Signifikansi $p < 0,001$ juga lebih kecil daripada 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

Koefisien Determinasi dan Kelayakan Model

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,845, nilai R^2 sebesar 0,715, dan nilai adjusted R^2 sebesar 0,712. Nilai R sebesar 0,845 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas layanan dan keputusan berkunjung wisatawan berada pada kategori sangat kuat. Nilai R^2 sebesar 0,715 menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan 71,5% variasi keputusan berkunjung wisatawan, sedangkan 28,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 245,615 dengan signifikansi $p < 0,001$. Nilai F hitung tersebut lebih besar daripada F tabel sebesar 3,94. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Istilah kelayakan model digunakan karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel bebas, sehingga pengujian tidak dimaknai sebagai pengaruh simultan antarvariabel bebas.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Koefisien regresi sebesar 0,369 menunjukkan arah pengaruh positif, sedangkan nilai signifikansi $p < 0,001$ menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bermakna secara statistik. Temuan ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diterima wisatawan, semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

Temuan tersebut selaras dengan model SERVQUAL yang menempatkan tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy sebagai dimensi utama kualitas layanan. Dalam konteks Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar, tangibles tercermin melalui kebersihan lingkungan, kerapian ruang, fasilitas fisik, dan kelayakan sarana pendukung. Reliability tampak melalui konsistensi pelayanan, ketepatan informasi, dan keteraturan alur kunjungan. Responsiveness terlihat dari kemampuan petugas merespons kebutuhan wisatawan secara cepat. Assurance berkaitan dengan kesopanan, pengetahuan, dan kemampuan petugas membangun rasa aman. Empathy tercermin melalui perhatian terhadap kenyamanan dan kebutuhan pengunjung.

Karakter wisata religi menjadikan kualitas layanan sebagai faktor yang sangat penting karena wisatawan tidak hanya mencari daya tarik visual, tetapi juga pengalaman yang tenang, tertib, informatif, dan bernilai spiritual. Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar memiliki daya tarik religius yang kuat, tetapi daya tarik tersebut perlu didukung oleh layanan yang mampu menjaga kenyamanan pengunjung. Sistem antrean, kejelasan informasi, suhu ruangan, keramahan petugas, dan ketertiban alur kunjungan dapat menentukan kualitas pengalaman wisatawan selama berada di museum.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Siti dan Solehudin (2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan pada destinasi wisata religi. Penelitian Sumatri et al. (2023) dan Kusumawati et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan berkunjung. Keselarasan temuan ini memperkuat posisi kualitas layanan sebagai variabel utama dalam pengelolaan destinasi wisata.

Besarnya Kontribusi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung

Nilai R^2 sebesar 0,715 menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi yang kuat terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Persentase 71,5% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi

keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Angka ini menunjukkan bahwa wisatawan sangat mempertimbangkan pengalaman layanan ketika menilai kelayakan destinasi untuk dikunjungi atau direkomendasikan kepada orang lain.

Kontribusi yang kuat tersebut dapat dipahami dari karakter Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar sebagai destinasi wisata religi yang memadukan aspek edukasi, spiritualitas, budaya, dan pengalaman pengunjung. Wisatawan yang datang ke museum tidak hanya membutuhkan akses terhadap objek wisata, tetapi juga membutuhkan penjelasan yang informatif, suasana yang nyaman, pelayanan yang sopan, dan fasilitas yang mendukung kekhusyukan serta kenyamanan kunjungan. Pengalaman layanan yang baik akan memperkuat kesan positif terhadap destinasi dan mendorong keputusan berkunjung.

Sisa pengaruh sebesar 28,5% menunjukkan bahwa keputusan berkunjung masih dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas layanan, seperti citra destinasi, daya tarik wisata, promosi digital, aksesibilitas, harga tiket, fasilitas tambahan, pengalaman spiritual, kepuasan, dan word of mouth. Variabel-variabel tersebut dapat menjadi ruang pengembangan bagi penelitian berikutnya agar model penjelasan keputusan wisatawan menjadi lebih komprehensif.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Tia Riska Ayunda et al. (2025) yang menyatakan bahwa pelayanan memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pengelola Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar perlu menjadikan kualitas layanan sebagai prioritas strategis, terutama melalui perbaikan fasilitas fisik, penguatan sistem informasi, peningkatan kapasitas petugas, dan evaluasi pengalaman pengunjung secara berkala.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Religi Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan pada aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dapat memperkuat kecenderungan wisatawan untuk memilih, mengunjungi, dan mempertimbangkan kembali destinasi tersebut.

Kualitas layanan memiliki kontribusi yang kuat terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan nilai R^2 sebesar 0,715. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 71,5% variasi keputusan berkunjung dijelaskan oleh kualitas layanan, sedangkan 28,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pengelola museum perlu memprioritaskan peningkatan layanan fisik, kenyamanan ruang, sistem informasi kunjungan, dan responsivitas petugas agar keberlanjutan kunjungan wisatawan dapat dipertahankan.

Saran

Pengelola Museum Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan secara terencana dan berkelanjutan. Prioritas perbaikan dapat diarahkan pada pemeliharaan fasilitas, peningkatan kebersihan, penataan alur kunjungan, penyediaan informasi yang jelas, dan penguatan sikap pelayanan yang ramah serta responsif. Penerapan sistem tiket digital atau barcode, papan informasi alur kunjungan, kanal kritik dan saran berbasis QR code, serta evaluasi kepuasan pengunjung secara berkala dapat menjadi langkah operasional yang relevan.

Aspek kenyamanan ruang perlu memperoleh perhatian khusus karena wisata religi menuntut suasana yang tertib, tenang, dan mendukung pengalaman spiritual. Pengelola dapat mempertimbangkan penambahan ventilasi, pendingin ruangan, area tunggu yang nyaman, serta pelatihan petugas front office dan pemandu wisata. Pelatihan tersebut penting agar petugas mampu memberikan informasi yang akurat, sopan, dan sesuai dengan nilai-nilai wisata religi.

Peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, seperti citra destinasi, daya tarik wisata, promosi digital, aksesibilitas, harga tiket, kepuasan, pengalaman spiritual, dan word of mouth. Penelitian lanjutan juga dapat

menggunakan jumlah responden yang lebih besar, objek wisata religi yang berbeda, atau pendekatan campuran agar pemahaman terhadap keputusan wisatawan menjadi lebih luas dan mendalam.

Daftar Pustaka

- Apriadi, D., & Indriyanti. (2025). Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Bunga Nusantara. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2(3), 75–90.
- Arpita Lakhre, D. A. M. (2024). A Review on Statistical Importance of Simple Random Sampling Techniques. *International Journal of Multidisciplinary Innovation and Research Methodology (IJMIRM)*, 3(1), 1–9.
- Dewi, S. L., Sumbawati, N. K., Samawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., & Sector, T. (2024). ANALISIS PENGARUH SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN SUMBAWA BARAT. *JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 363–372.
- Dwi, C., Makawoka, P., Soepeno, D., Loindong, S. S. R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2022). DAYA TARIK WISATA, CITRA DESTINASI DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI KENZO DESA KOMBI. *Jurnal EMBA*, 10(3), 817–829.
- Fahri, D., Sinaga, N., Sayuti, M., & Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Universitas Malikussaleh, Aceh, I. (2024). Analisis Kepuasan Pengunjung di Museum Islam Samudera Pasai Objek Wisata Museum Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Internasional Teknik, Sains, Dan Teknologi Informasi*, 4(3), 4–9.
- Febrian, R., & Walian, A. (2024). Strategi Manajemen Bayt Al - Qur ' an Al - Akbar Kota Palembang Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Religi. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 2018, 322–331.
- Hernawati, R. (2025). Citra destinasi dan minat berkunjung kembali: analisis moderasi kepuasan wisatawan. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 04(2), 135–143.
- Humaera Silvia Maristy, A.-N. Y. S. (2020). UPAYA TELEPHONE OPERATOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI JAMBULUWUK MALIOBORO HOTEL YOGYAKARTA. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(1), 13–22.
- Kabib Sholeh, D. (2021). NILAI-NILAI SEJARAH SEBARAN SITUS PENINGGALAN MASA ISLAM DI PALEMBANG SEBAGAI SUMBER PEMBELAJARAN SEJARAH. *Danadyaksa Historica*, 1(1), 61–76.
- Kusumawati, M. A., Endrawan, K., & Putra, S. (2025). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Krisna Adventure. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 8(1), 95–105.
- Maria Magdalena Sihotang, K. B. (2025). Analisis Pengaruh Citra Destinasi , Preferensi Wisatawan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung di Istana Maimoon Medan. *JUMMA'45: Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 346–367.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prakoso, F. A. (2022). Analisis Word of Mouth , Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 4(1), 32–41. <https://doi.org/10.51454/jimsh.v4i1>.
- Setyaningsih, U. (2025). Pengaruh Pariwisata Terhadap Perekonomian Lokal di Kawasan Wisata Pantai. *Tourism and Hospitality Research Vol.*, 1(1), 16–22.
- Silaban, E., Tamba, S., Sianipar, R. E., Agama, I., Negeri, K., & Iakn, T. (2023). MANAJEMEN PENGELOLAAN WISATA RELIGI Ensiklira. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 11432–11441.
- Siti, F., & Solehudin, N. M. (2022). SERVICE QUALITY STRATEGY ON TOURIST VISITING DECISIONS AT JIWA BARUJAYA TEMPLE. *Gorontalo Management Research*, 5(1), 117–128.

- Sumatri, S., Galy, M., & Ari, N. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Kasus Pada Wisata Kampoeng Durian Bengkulu Tengah). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 681–694.
- Susan Horner and John Swarbrooke. (2021). *Consumer Behaviour in Tourism* (4th ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Tia Riska Ayunda, Rusydi Abubakar, Sapna Biby, C. (2025). PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA PANTAI BABANG DI KABUPATEN SIMEULUE. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(4), 6888–6892.