

**ANALISIS STRATEGI KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
DI TAMAN PIKNIK SEJARAHTERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**
(Studi Kasus Museum Satria Mandala)

Putri Aisyah Prisillia
Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional,
Jakarta Selatan.

E-mail: putriprisill5@gmail.com

Received Februari 2024, Published Februari 2024

Abstrak

Pariwisata mempunyai daya tarik yang beragam, mulai dari alam hingga buatan, seperti sejarah, bangunan, pameran, pusat perbelanjaan, dan taman wisata. Ada museum sejarah di Jakarta yang berisi peninggalan sejarah militer yaitu Museum Satria Mandala. Berbeda dengan kebanyakan museum yang hanya melihat koleksinya di sana. Namun Museum Satria Mandala mempunyai daya tarik baru yaitu taman piknik bersejarah. Taman ini awalnya hanya dikelola oleh seorang pengusaha berupa Cafe&Resto. Sebab Museum Satria Mandala tidak kalah menariknya dengan Museum Nasional, Monumen Nasional atau yang lainnya. Hal ini mengurangi pendapatan dan pengunjung museum setiap harinya. Jadi berdasarkan penelitian, faktor yang meningkatkan keputusan pengunjung berkunjung adalah faktor kualitas produk dan pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang tepat dari segi kekuatan dan kelemahan produk dan jasa untuk mempengaruhi keputusan pengunjung serta melihat peluang dan ancaman yang dapat dilihat dari produk dan jasa tersebut yang dapat mempengaruhi pengunjung. Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi utama penelitian sebanyak 114 responden dan sampel sebanyak 99 responden diambil dengan menggunakan rumus Slovin dengan teknik non- probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan perusahaan Cafe&Resto sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Jika manajemen ingin melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka mereka harus berkembang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

DKI Jakarta salah satu pusat ibu kota yang di Indonesia yang dikenal dengan kemajuan teknologi dan industrinya. Lengkap dengan memiliki transportasi umum dan aksesibilitas yang baik dalam menunjang berkembangnya industri. DKI Jakarta

memiliki potensi sebagai kawasan wisata karena memiliki banyak daya tarik dan fasilitas pendukung (Nindyawati021). Dengan berbagai pilihan objek dari suatu destinasi wisata, baik wisata tradisional maupun wisata modern tersedia di Jakarta ini. Objek wisata tradisional yang masih kental dengan khas sejarah, kesenian dan budaya. Sedangkan Objek wisata modern yang bertaraf Internasional kini mudah ditemui di Kota Jakarta. Selain itu DKI Jakarta tersedia berbagai jenis wisata pilihan yang dapat dikunjungi wisatawan, mulai dari taman rekreasi, pusat belanja, event, wisata kuliner, dan wisata bahari.

Melakukan perjalanan wisata di kota Jakarta juga tersedia banyak alternatif wisata lain yang tidak jauh menarik, seperti wisata sejarah. Dimana wisata sejarah di kota Jakarta sangat banyak dan memiliki perjalanan yang panjang dijamin dahulu. Wisata sejarah yang dimaksud di sini adalah Museum.

Museum adalah tempat yang melayani masyarakat secara tetap dan mendapatkan keuntungan, dengan visi dapat dikunjungi oleh masyarakat umum dan misinya adalah mengumpulkan, menjaga kelestarian, menjadi tempat mediasi, dan menampilkan warisan manusia dan ekologi dengan secara real. Dengan tujuannya adalah pendidikan, penelitian dan hiburan (Sandahl, 2019). Jakarta memiliki banyak sekali bangunan museum yang memiliki sejarah masing masing seperti Museum Nasional, Museum Gajah, Museum Fatahillah, Museum Satria Mandala.

Akan tetapi, untuk para wisatawan yang tinggal di kota Jakarta, museum menjadi tempat wisata yang jarang diminati oleh masyarakat dan mengalami penurunan. Kemungkinan hal ini kurangnya daya tarik dan interaksi yang dapat dirasakan wisatawan. Maka dari itu pentingnya sebuah daya tarik pada suatu destinasi wisata karena merupakan salah satu faktor penentu bagi wisatawan dalam memutuskan untuk kembali mengunjungi tempat tersebut. Daya tarik wisata merupakan objek atau atraksi wisata yang dipromosikan kepada wisatawan untuk mengunjungi suatu negara atau DTW (Daerah Tujuan Wisata) tertentu (Yoeti, 2008).

Menurut Copper dkk (1995:81) "Sebuah daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accessibilities* (Aksesibilitas), *Amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *Ancillary services* (jasa pendukung pariwisata)". Menurut Hidayah (2021) Atraksi wisata adalah "segala sesuatu yang dapat mendorong atau memotivasi target pelanggan untuk berkunjung ke destinasi layaknya sebuah magnet". Atraksi wisata dapat disesuaikan kondisi geografis destinasi atau kawasan wisata. Atraksi wisata yang diciptakan harus dapat dilihat, dilakukan, memberikan informasi dan dapat dinikmati (dibeli).

Museum Satria Mandala terletak di Jalan Gatot Subroto No.14-16, Jakarta Selatan. Museum yang berisi alat-alat persenjataan yang digunakan TNI/ABRI dan perjuangan para TNI/ABRI melawan penjajah untuk mempertahankan bangsa Indonesia. Museum ini awalnya diresmikan pada 5 Oktober 1972. Museum yang berdiri di atas tanah seluas 5,6 hektar. Koleksi yang dimiliki Museum Satria Mandala

meliputi diorama perjuangan TNI, persenjataan militer, kendaraan militer dan patung pahlawan TNI. Terdapat Fasilitas yang disediakan untuk menunjang kebutuhan wisatawan di Museum Satria Mandala ini seperti toilet, kantin, mushola, Co-Working Space, gedung serbaguna, area belanja (cendramata), dan area parkir.

Museum Satria Mandala sendiri memiliki daya tarik wisata berupa Taman Piknik ini ditawarkan kepada pengunjung untuk memberikan pengalaman piknik di tengah kota setelah

berkunjung ke museum. Hal ini dapat dirasakan semua pengunjung bersama keluarga, teman, atau santai sendirian. Taman piknik ini bisa dinikmati saat *weekend* dan *weekdays* dari pagi hingga malam hari. Terdapat Cafe dan area Kuliner yang dapat dibeli dan dinikmati sambil piknik di taman Satria Mandala ini. Taman ini biasanya juga terdapat disewakan untuk kegiatan olahraga seperti *zumba*, *yoga* dan *poundfit*.

Walaupun memiliki daya tarik wisata berupa Taman Piknik Sejarah, Museum Satria Mandala masih mengalami kendala jumlah pengunjung yang datang. Dimana jumlah pengunjung Museum Satria Mandala tidak sebanyak dengan museum lainnya disetiap tahunnya. Maka dari itu, pada penelitian kali ini peneliti akan menganalisis strategi yang dilihat dari segi kekuatan dan kelemahan yang ada pada kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain itu juga akan melihat strategi yang dapat membantu keputusan pengunjung meningkatkan yang dilihat dari peluang dan kelemahan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kali ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Museum

Museum adalah sebuah institusi, menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa serta menjadi sebuah tempat untuk menyimpan, pemeliharaan, pengamanan, bagi benda benda yang memiliki bukti materiil dari hasil budaya manusia serta alam dan lingkungan. (Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1995 Pasal 1 ayat (1))

Pada saat Konferensi umum ke-11 (11th *General Assembly*) *International Council of Museum* (ICOM) tahun 1974 di Denmark, Museum dianggap sebagai tempat yang memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Tempat agregasi dan perlindungan warisan alam dan budaya
2. Dokumentasi dan penelitian ilmiah
3. Pelestarian dan konservasi
4. Penyebarluasan dan pemerataan ilmu kepada seluruh masyarakat
5. Pengenalan dan apresiasi terhadap kesenian
6. Pengenalan kebudayaan lokal dan mancanegara
7. Wujud visual dari warisan alam dan budaya
8. Refleksi pertumbuhan peradaban umat manusia
9. Pembangkit rasa takwa dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa (Direktorat Museum Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2008).

Kualitas Produk

Menurut Zebua (2016:32) segala bentuk jasa yang dapat diperoleh wisatawan ketika memutuskan untuk berangkat kesuatu tempat dan pergi jauh sampai waktu

kembali pulang ketempatnya disebut Produk Pariwisata.

Terdapat 4 indikator yang dapat menjadi sebuah tolak ukur kualitas produk makanan dan minuman, antara lain kesegaran, penyajian, cita rasa, dan inovasi pangan.

1. Kesegaran merupakan faktor kualitas yang harus diprioritaskan oleh perusahaan makanan dan minuman agar dapat memberikan pelanggannya yang terbaik.
2. Penyajian adalah suatu tampilan makanan yang disusun dan dihias di suatu wadah dengan semenarik mungkin. Makanan yang dihias dengan benar akan meningkatkan kualitas bagi pelanggan.
3. Cita Rasa merupakan ciri khas yang diberikan perusahaan terhadap makanan dan minuman yang dijual. Walaupun setiap orang mempunyai selera yang berbeda-beda tergantung faktor budaya yang dapat mempengaruhi persepsi dan selera seseorang.
4. Inovasi adalah tindakan dari suatu kreativitas atau mengembangkan suatu makanan dan minuman dalam menu, seperti menambah rasa atau menciptakan bentuk yang unik.

Kualitas Pelayanan

Dalam kegiatan pariwisata, penting untuk memberikan pelayanan yang memberikan kesan baik kepada wisatawan (Rajaratnam dkk., 2014). Dimana Pelayanan pariwisata adalah suatu cara yang dilakukan petugas pelayanan untuk melengkapi kebutuhan para pengunjung yang datang, dengan menggunakan segenap kemampuan, emosi dan keterampilannya dalam tercapainya kepuasan pengunjung. Petugas pelayanan memainkan peran penting dalam menciptakan rasa puas bagi pengunjung, karena petugas pelayananlah yang langsung berinteraksi dengan pengunjung (Sari, 2009).

Ada lima indikator untuk mengukur kualitas pelayanan (Tjiptono 2012; Himawan, 2017).

1. Keandalan dan integritas perusahaan yang menepati janjinya sejak awal.
2. Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan dan pekerja dalam memberikan dukungan dan siap merespon permintaan konsumen.
3. Jaminan. Memastikan kemampuan karyawan atau karyawan dalam memberikan informasi yang relevan tentang perusahaan kepada pelanggan. Hal ini bertujuan untuk memperkuat kepercayaan
4. Empati. Kemampuan perusahaan dalam memahami masalah dan keluhan pelanggan serta memberikan perhatian yang dipersonalisasi kepada pelanggan agar mereka merasa lebih nyaman.
5. Bukti fisik, bukti bahwa suatu perusahaan mempunyai fasilitas fisik, jasa, peralatan, produk, dan orang.

Taman Kota Sebagai Atraksi Wisata

Taman kota memberikan kesempatan kepada masyarakat yang tinggal diperkotaan untuk menikmati hubungan dengan alam dan bersantai dalam lingkungan yang nyaman dan bebas dari kemacetan lalu lintas (Baud- Bovy dan Lawson, 1998:5).

Taman, tempat rekreasi dan ruang terbuka yang dibangun dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat, pegawai dan pengunjung untuk menikmati waktu senggang, fasilitas taman dan liburan, dimana mendapatkan kemudahan dalam mengakses dan menimbulkan rasa menyenangkan. (*Planning Division Fairfax County*, 2013:175). Sistem taman memiliki fungsi utama dalam hal pelestarian lingkungan yang sensitive dan berguna menjadi tempat penguatan sejarah dari suatu daerah.

Keputusan Pengunjung

Menurut Philip Kotler dan Keller (2008), pengambilan keputusan pembelian merupakan proses kognitif mendasar yang berperan penting dalam menafsirkan tentang perilaku konsumen yang sebenarnya dalam mengambil keputusan pembelian. Keputusan berkunjung adalah suatu tindakan yang diambil oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mendatangi suatu kawasan tertentu dengan tujuan rekreasi, ekspansi diri, atau untuk mengetahui ciri khas dari objek wisata tersebut dalam kurun waktu temporer.

Menurut Philip Kotler dan Keller 6 (2008) proses pengambilan keputusan seseorang wisatawan yaitu melalui 5 tahap yaitu :

- Kebutuhan dan keinginan untuk melakukan perjalanan
- Pencarian dan evaluasi terhadap informasi yang diperoleh
- Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata
- Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata
- Evaluasi kepuasan perjalanan wisata.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran yakni kuantitatif deskriptif. Cresswell (1994) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai metode yang digunakan untuk menguji suatu teori dengan menguji hubungan antar variabel. Dimana yang menjadi objek penelitian adalah keputusan berkunjung yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan dengan mensurvei pengunjung melalui penyebaran kuesioner. Selain itu, akan melakukan wawancara dengan beberapa informan terpercaya dari pengelola Taman Piknik Sejarah yang terlibat dalam menyediakan kualitas dan memberikan pelayanan. Objek penelitian ini akan dilakukan pada Taman Piknik Sejarah yang ada di Museum Satria Mandala Jl. Gatot Subroto No.14, RT.6/RW.1, Kuningan Bar., Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12710.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer, mis. Hasil jawaban yang diberikan kepada responden, berasal dari kuesioner. Selain itu, akan dilakukan survei langsung dengan mewawancarai pengunjung yang

membeli dan menikmati Taman Piknik Bersejarah Satria Mandala dengan menggunakan metode survei. Selain itu, jenis data sekunder yang diperoleh peneliti berasal dari berbagai sumber *online* dan *offline* seperti buku, artikel dan jurnal yang berhubungan dengan strategi Kualitas Produk dan Pelayanan

Cafe&Resto serta penelitian-penelitian terdahulu yang aplikatif. Yang digunakan oleh sekitar 160 pengunjung setiap minggunya. Yang diambil dengan teknik non-probability sampling. Jika besar sampel yang dihasilkan dapat ditentukan dengan perhitungan statistik yaitu rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel sebanyak 160 pelanggan yang dikenal per minggu. Contoh akurasi pengukuran adalah 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel Karakteristik Responden

No.	Kriteria Responden	Jumlah Responden (Orang)	Presentase
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	37	37,4%
	Perempuan	62	62.6%
2.	Domisili		
	Jabodetabek	65	65.7%
	Luar Jabodetabek	34	34.3%
3.	Usia		
	14-21 tahun	39	39.4%
	22-31 tahun	29	29.4%
	32-41 tahun	13	13.1%
	>42 tahun	18	18.2%
4.	Status		
	Sekolah	2	2%
	Kuliah	34	34.3%
	Kerja	32	32.3%
	Ibu Rumah Tangga	6	6%
	Pensiun	25	25.3%

Dari data yang diperoleh peneliti dalam penyebaran kuesioner ini membuktikan bahwa mayoritas responden yang tertarik datang ke Taman Piknik Sejarah ini ialah responden berjenis kelamin Perempuan dengan jumlah 62 orang (62.6%). Dimana selama Taman Piknik Sejarah ini beroperasi responden berjenis kelamin Laki-Laki kurang tertarik dengan adanya wisata berupa piknik ditaman, dilihat dari hasil tanggapan responden yang berjumlah 37 (37.4%) ini merupakan Laki-Laki yang diajak oleh pacar, istri bahkan keluarga. Sesuai dengan pernyataan Pine (2014:27) telah ditemukan sebanyak 79% dikalangan perempuan mengatakan

bahwa pergi belanja merupakan aktivitas yang mereka senangi.

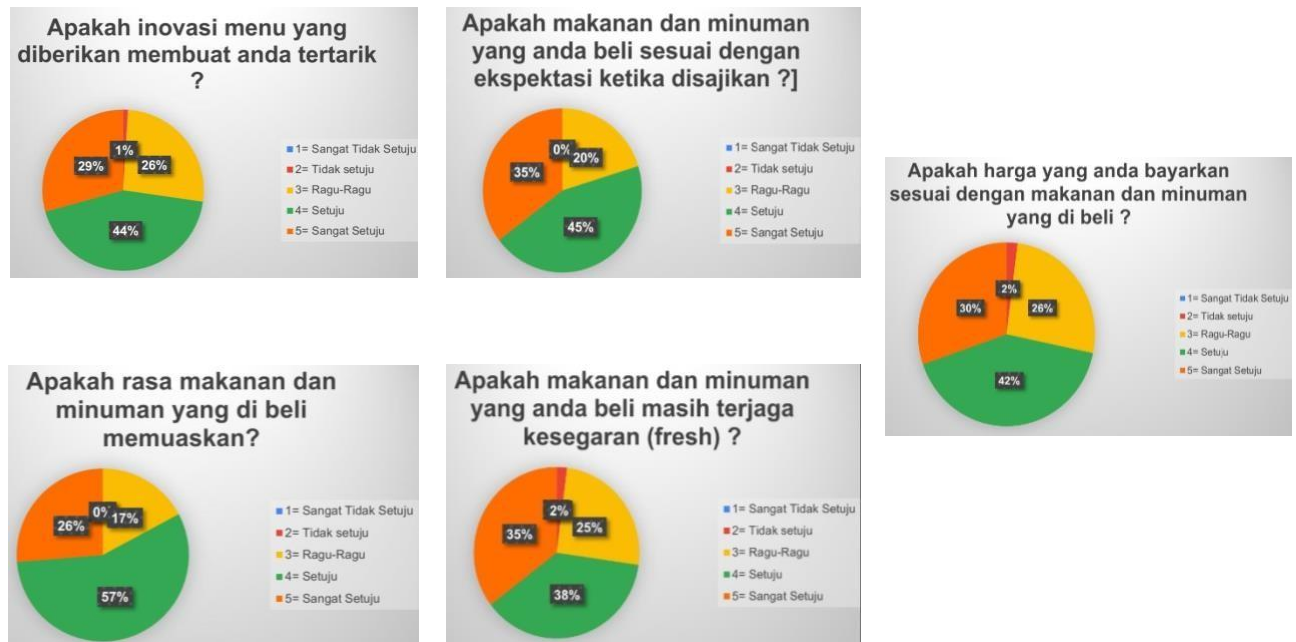
Dari data yang diperoleh peneliti ini membuktikan mayoritas masyarakat yang datang dan membeli produk di Taman Piknik ini ialah berasal dari domisili Jabodetabek dengan jumlah 65 orang (65.7%). Dimana para pengunjung yang sering mengunjungi masih bertempat tinggal

disekitar Taman Piknik Sejarah ini. Jikapun ada yang datang pergi ketaman piknik ini merupakan pengunjung yang awalnya berniat mengunjungi Museum Satria Mandala.

Dari data yang diperoleh bahwa mayoritas responden berdasarkan usia, ialah responden dengan rentang usia 14-21 tahun dengan jumlah 39 orang (39.4%), dikarenakan kebanyakan yang datang ketaman piknik ini ialah para remaja yang suka dengan tempat yang banyak spot foto dan santai. Yang dimana pada usia tersebut kebanyakan remaja memiliki waktu luang yang banyak, sehingga dapat menghabiskan waktu bersenang-senang dengan berjalan jalan bersama teman.

Dari data yang diperoleh peneliti ini membuktikan mayoritas responden berdasarkan status berkuliah yang didapati sebanyak 34 orang (34.3%). Namun diposisi kedua mayoritas responden yang memiliki status bekerja ini juga sering ke Taman Piknik Sejarah ini. Dimana kalau bisa kita lihat sekitar tempat wisata ini berada ditengah kota yang dikelilingi gedung- gedung perkantoran. Jadi tidak heran para pekerja yang lelah bekerja dapat pergi ketempat ini dengan sendiri bahkan mengumpul bersama rekan kerjanya.

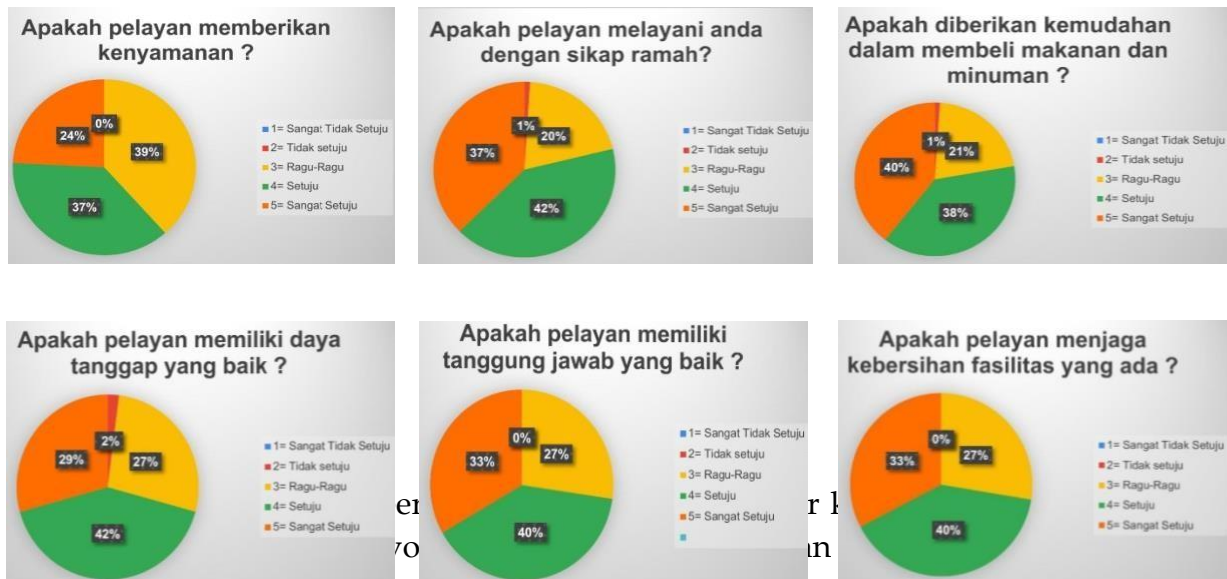
Kualitas Produk



Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner kepada 120 orang, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian Setuju terhadap Kualitas Produk berupa makanan dan minuman yang pernah dibeli pada Taman Piknik Sejarah. Walaupun terdapat beberapa responden tidak setuju dengan kesegaran pada makanan dan minuman yang mereka beli (2%), serta terdapat

responden yang tidak setuju terhadap harga yang mereka bayarkan sesuai dengan makanan dan minuman yang dibeli (2%).

Kualitas Pelayanan



Kualitas pelayanan yang pernah dirasakan responden saat membeli produk dan menikmati pengalaman ditempat tersebut. Walaupun terdapat beberapa responden Tidak Setuju dengan kemudahan membeli makan dan minuman (1%). Hal ini terjadi karena adanya kesalahan komunikasi dari pihak pelayan di Taman Piknik Sejarah di waktu ramai.

Keputusan Pengunjung



Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari kuesioner kepada 120 orang, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian Setuju terhadap keputusan pengunjung untuk kembali ketempat Taman Piknik Sejarah ini. Walaupun terdapat beberapa responden yang Tidak setuju dengan ekspektasi

responden terhadap Taman Piknik Sejarah (3%). Dikarenakan masih banyak nya yang kurang dalam segi keindahan taman nya sendiri serta waktu yang tidak tepat untuk berkunjung ke taman piknik sejarah ini sendiri.

Analisis Kekuatan Dan Kelemahan Dari Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Taman Piknik Satria Mandala

No.	Kekuatan	Kelemahan
1.	Menu yang disediakan memiliki banyak pilihan dari makanan hingga minuman lengkap	Makanan yang perlu dimasak memerlukan waktu yang lama untuk dihidangkan
2.	Tampilan makanan dan minuman yang disajikan sama dengan yang ada di menu	Deskripsi makanan dan minuman tidak dijelaskan di menu
3.	Memiliki rasa dan kesegaran makanan serta minuman yang terjaga	Tidak adanya bundling produk bagi yang ingin menikmati fasilitas piknik santai
4.	Memberikan pelayanan yang baik dan ramah	Fasilitas umum yang kurang terjaga dan tidak terdapat beberapa fasilitas yang kurang lengkap
5.	Memberikan kemudahan proses pembayaran saat ingin membeli baik	Metode pemesanan yang cukup rumit karena tempat makanan dan minuman yang berbeda
6.	Memiliki respon yang tanggap ketika mengalami masalah dan komunikatif	Kurang memiliki respon yang cepat dalam menanggapi pertanyaan para konsumen di sosial media

Analisis Peluang Dan Ancaman Dari Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Taman Piknik Satria Mandala

No	Peluang	Ancaman
1.	Mengembangkan pemasaran produk salah satunya dengan penggunaan media sosial	Variasi produk yang jauh lebih baik dari pesaing
2.	Peningkatan penjualan produk seiring perkembangan media sosial	Harga bahan baku yang meningkat
3.	Menjalin kerja sama dengan bisnis lain untuk menyebarluaskan produk	Terjadinya persaingan harga dengan produk lain

4.	Memberikan pelatihan eksternal untuk para karyawan	Gaya hidup konsumen yang berubah ubah
5.	Dapat diperhatikan oleh pemerintah sekitar untuk dikembangkan lagi	Beralihnya konsumen ke tempat lain
6.	Menambah loyalitas pengunjung untuk datang kembali.	Terdapat kebijakan baru yang diterapkan oleh pihak museum

Strategi Yang Tepat Untuk Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung

1. Selalu berinovasi dalam sajian menu yang ditawarkan kepada pembeli, sehingga dapat membuat para pembeli tidak pernah bosan ketika berkunjung kembali

2. Melengkapi fasilitas yang disediakan baik pihak Taman Piknik maupun pihak Museum Satria Mandala
3. Berkolaborasi dalam mengadakan suatu acara dari pihak Taman Piknik maupun pihak Museum Satria Mandala
4. Memperluas jaringan pemasaran Taman Piknik
5. Memperbaiki media promosi di media sosial seperti sering melakukan update video terbaru, paket paket menarik, diskon dan yang lainnya
6. Peningkatan layanan waktu saat penyajian makanan lebih dipercepat
7. Meningkatkan peran admin seller salah satunya di media sosial lebih aktif untuk merespons pertanyaan dari konsumen
8. Membuat konsep piknik yang berbeda baik setiap bulan atau tahunnya yang memiliki nilai jual tinggi

KESIMPULAN

1. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kekuatan yang dimiliki kualitas produk pada Taman Piknik Sejarah ini sangat menarik minat pengunjung untuk mengambil keputusan mencoba datang merasakan pengalaman piknik sambil belajar di Museum Satria Mandala juga dan bersantai menikmati makanan selesai berkeliling. Sedangkan kekuatan dari kualitas pelayanan yang diterapkan pada Taman Piknik ini sudah seperti pelayanan pada Cafe & Resto lainnya, hal ini membuat pengunjung merasa nyaman berada disana lama lama dan membuat ingin berkunjung dengan mengajak teman, kerabat, rekan bahkan keluarga nya untuk menghabiskan waktu luang. Untuk Kelemahan yang dimiliki pada kualitas produk dan layanan yang dimiliki Taman Piknik Sejarah tidak terlalu memerlukan perbaikan yang besar, hanya perlu sedikit perkembangan, agar bisnis ini dapat menarik banyak pengunjung lainnya, sehingga jumlah pengunjung mengalami peningkatan baik bagi Taman Piknik Sejarah maupun Museum Satria Mandala nya sendiri.
2. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peluang yang dimiliki kualitas produk dan Kualitas Pelayanan pada Taman Piknik Sejarah ini masih sangat banyak sekali. Dimana Taman Piknik Sejarah sendiri merupakan bisnis Cafe & Resto belum banyak mempunyai konsep taman untuk piknik di suatu Museum. Pada umumnya di museum hanya tersedia kantin di dalam area museum. Sedangkan tempat untuk makan, hanya terdapat di luar area museum. Selain itu dari pelayanan yang diterapkan saat ini akan membuat peluang loyalitas, dimana para pengunjung memiliki kepercayaan lebih untuk menyewa dan mengadakan acara pribadinya di Taman Piknik Sejarah.

Untuk ancaman yang dimiliki pada kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilihat dari penelitian ini perlu diperhatikan lagi dikarenakan perkembangan setiap tahun yang semakin maju, jangan sampai Taman Piknik Sejarah ini tertinggal dengan bisnis lainnya. Selain tertinggal dapat juga membuat para pengunjung beralih tempat yang kemungkinan memiliki konsep piknik yang sama namun lebih menarik. Maka dari itu

penting pihak Cafe&Resto Taman Piknik memberikan perhatian lebih mengenai inovasi.

Penelitian ini membuktikan bahwa pentingnya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pembeli karena akan memberikan suatu keputusan pembeli. Terutama pada industri pariwisata yang dimana dalam industri ini menjual produk berupa tempat wisata yang dilengkapi dengan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pembeli. Maka dari itu, adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan akan membuat para wisatawan memikirkan faktor untuk keputusan berkunjung kembali ke tempat tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ungkapan terima kasih yang diutarakan penulis bagi semua pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung penulis untuk menemukan ide dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga berterimakasih untuk para team penulis yang mau meriview jurnal dan memberikan bantuan mengenai penulisan yang mungkin masih belajar ini. Terimakasih untuk dosen pengampu saya kepada Dr Asep Parantika, S.E, M.M yang telah memberikan sedikit ilmunya dalam menemukan judul, tahap penelitian dan tahap penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gloria Angelica dan Imam Ardiansyah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention Di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. Jurnal Atasia.
- Nurchahyo, R.Jati. (2019). Pengembangan Daya Tarik Wisata Kunjung Museum Melalui Wahana Edukasi Di Museum Pura Pakualaman Yogyakarta. Journal Of Tourism And Economic.
- Andany, Magdalena Merry. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Museum Tekstil Jakarta. Jurnal Salome: Multidisipliner Keilmuan.
- Arvi Nabel Setyanandaa dan Parfi Khadiyanto. (2018). Manfaat Taman Suropati Kota Jakarta Pusat Berdasarkan Persepsi Masyarakat Sekitar.
- Laras Nurandriani dan Sinthon L. Siahaan. (2022). Meningkatkan Keputusan Berkunjung Ke Tmii Melalui Motivasi Berkunjung, Daya Tarik Wisata Dan Promosi. Jurnal Panorama Nusantara
- Jannah, Miftahul. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dhapukupi Di Banda Aceh.
- Iskandar, Hari. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong.
- I Gede Putu Kenny Alvian. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan

TerhadapKepuasan Konsumen “Masalah”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis

Astika, Dendi Anggi Gumilang Dan Augustina Kurniasih. 2017. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Galeri Indonesia Wow Llp Kukm Di Jakarta. Jurnal SWOT Volume VII, No 1.

Dody Setiawan, Silvy L. Mandey, Rotinsulu Jopie Jorie. 2022. Strategi Pemasaran Pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado: Analisis Swot. Jurnal EMBA Vol.10 No.1

Arben Kurniadi Dan Baruna Hadibrata. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Great Indonesia. Jurnal SWOT, Volume VII, No 2.