

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MINAT GEN Z
BERKUNJUNG KEMBALI KE MUSEUM KERETA API
KOTA SAWAHLUNTO**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



**ASNITA JULIANIS
NIM: 19135008/2019**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI


PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT GEN Z BERKUNJUNG
KEMBALI KE MUSEUM KERETA API KOTA SAWAHLUNTO

Nama : Asnita Julianis
NIM/BP : 19135008/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

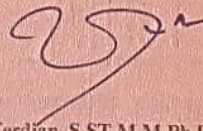
Disetujui Oleh

Pembimbing



Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par.MM.Par.
NIP. 1990073020190302015

Kepala Departemen Pariwisata FPP



Feri Ferdian, S.ST.M.M,Ph.D,CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

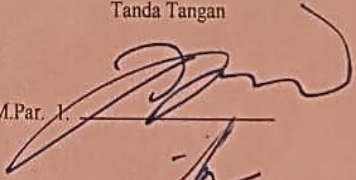
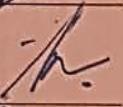
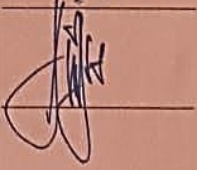
Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4
Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Gen Z berkunjung
Kembali Ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
Nama : Asnita Julianis
NIM/BP : 19135008/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 07 November 2023

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par.MM.Par. 1. 
2. Anggota : Dr Retnaningtyas Susanti, S. Ant, M. Sc 2. 
3. Anggota : Adek Kurnia Fiza, SST.Par.,M. Par 3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP, Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

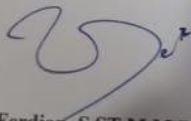
Nama : Asnita Julianis
NIM/TM : 19135008 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Perceived Value Terhadap Minat Gen Z berkunjung Kembali Ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen Pariwisata


Feri Ferdian, S.ST.M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,


Asnita Julianis
Nim: 19135008

ABSTRAK

Asnita Julianis, 2019. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali Ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto

Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

Latar belakang dari penelitian ini disebabkan oleh adanya permasalahan yang berkaitan dengan *perceived value* di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto salah satunya karena adanya *emotional value* yang tidak terpenuhi di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh antara *perceived value* terhadap minat gen z berkunjung kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian asosiatif kausal dengan metode survei, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 86 responden yang ditentukan secara *purposive sampling* dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner serta sudah teruji normalitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived value* secara keseluruhan dikategorikan baik dengan persentase 48,8%, variabel minat berkunjung kembali secara keseluruhan dikategorikan baik dengan persentase 55,8%. Kemudian setelah kedua variabel tersebut dianalisis dan diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh *perceived value* terhadap minat gen z berkunjung kembali sebesar 48,8%.

Kata Kunci : *Perceived Value*, Gen Z, Minat Berkunjung Kembali

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat beliau dan Bimbingan-nya peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “ **Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali Ke Museum Kereta Api Sawahlunto** ” Proposal ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan penyelesaian tugas akhir pada Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan proposal ini, penulis dibimbing dan diberi motivasi oleh berbagai pihak sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dra Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.d selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE selaku Ketua Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
3. Ibu Dr. Retnaningtyas Susanti S.Ant.M.Sc selaku Penasehat Akademik dan Dosen Penguji yang telah memberikan dukungan serta memberikan kritik dan membantu proses dalam skripsi ini.
4. Bapak Adek Kurnia Fiza, SST.Par., M.Par selaku Dosen Penguji yang telah memberikan dukungan serta memberikan saran dan kritikan dan juga membantu proses dalam Skripsi ini.
5. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par., MM.Par selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membimbing dengan sabar, serta bersedia

meluangkan waktunya untuk dapat memberikan bimbingan kepada penulis dan mendukung penulis dalam penyusunan proposal ini.

6. Terkhusus kepada ibu dan kakak yang saya cintai yang telah banyak memberi dukungan dan doa kepada penulis berupa moril maupun materil

Peneliti menyadari proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya.

Padang , November 2023

Asnita Julianis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Perumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	16
BAB II	18
KAJIAN TEORI	18
2.1 Aspek- Aspek Teoritis	18
2.1.1 Museum	18
2.1.2 Definisi <i>Perceived Value</i>	18
2.1.3 Indikator <i>Perceived Value</i>	19
2.1.4 Definisi Minat Minat Berkunjung Kembali.....	20
2.1.5 Dimensi Minat Berkunjung Kembali	21
2.1.6 Indikator Minat Berkunjung Kembali	23
2.1.7 Gen Z	24
2.2 Kerangka Konseptual.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27

BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis penelitian	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.3 Variabel Penelitian	29
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.5 Populasi Dan Sampel.....	30
3.6 Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.7. Instrumen Penelitian	33
3.8 Uji Coba Instrumen	35
3.9 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	38
3.10 Koefisien Determinasi	43
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	45
4.1.2 Deskripsi Data.....	48
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	63
4.1.4 Koefisien Determinasi.....	67
4.2 Pembahasan	68
BAB V.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Museum Kereta Api sawahlunto	2
Gambar 2: Museum Kereta Api Sawahlunto	4
Gambar 3: Hasil pra penelitian melalui Whatsapp	8
Gambar 4 : Hasil pra penelitian Melalui Facebook	9
Gambar 5: Ulasan Pengunjung	9
Gambar 6: Ulasan Pengunjung	10
Gambar 7 :Ulasan Pengunjung	10
Gambar 8 :Ulasan Pengunjung	12
Gambar 9 : Ulasan Pengunjung	13
Gambar 10 : Ulasan Pengunjung	13
Gambar 11 : Kerangka Konseptual.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Koleksi di Museum Kereta Api	3
Tabel 2 : Jumlah Data Wisatawan Berkunjung ke Museum	6
Tabel 3: Klasifikasi Pengunjung Museum Kereta Api	6
Tabel 4 : Penelitian Terdahulu	26
Tabel 5 : Jumlah Data Wisatawan Berkunjung di Museum	30
Tabel 6 : Pilihan Jawaban Skala Likert Pada Variabel	34
Tabel 7 : Kisi-Kisi Instrumen	34
Tabel 8: Hasil Uji Coba Validitas Untuk Variabel <i>Perceived Value</i>	36
Tabel 9 : Hasil Uji Coba Validitas Untuk Variabel Minat Berkunjung Kembali	37
Tabel 10 :Hasil UjiCoba Reliabilitas Variabel <i>perceived value</i> dan minat berkunjung kembali	38
Tabel 11: Teori Ideal Teoritis.	39
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	47
Tabel 16. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Alasan Berkunjung	48
Tabel 17. Data Statistik Variabel <i>Perceived Value</i>	48
Tabel 18 . Distribusi Frekuensi data Variabel <i>Perceived value</i>	49
Tabel 19. Rekap Persentase Hasil Penelitian Per Indikator	50
Tabel 20. Data Statistik Indikator <i>Emotional Value</i>	50
Tabel 21 . Distribusi Frekuensi Data indikator <i>emotional value</i>	51
Tabel 22. Data Statistik Indikator Sosial Value	52
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Data indikator <i>social value</i>	53
Tabel 24. Data Statistik variabel <i>Funcional Value</i>	53
Tabel 25. Distribusi frekuensi data Indikator <i>Funcional Value</i>	54
Tabel 26. Data Statistik Variabel Minat Berkunjung kembali	55
Tabel 27. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berkunjung Kembali	56
Tabel 28. Rekap persentase Hasil Penelitian Per Indikator	56
Tabel 29. Data Statistik Indikator <i>Willingness to visit again</i>	57
Tabel 30. Distribusi Frekuensi Indikator <i>Willingness to visit again</i>	58
Tabel 31. Data Statistik Indikator <i>Willingness to Invite</i>	58
Tabel 32. Distribusi Frekuensi Indikator <i>Willingness to Invite</i>	59
Tabel 33. Data Statistik Indikator <i>Willingness to Postive Tale</i>	60
Tabel 34. Distribusi Frekuensi Indikator <i>Willingness to Positive Tale</i>	61

Tabel 35. Data Statistik Indikator <i>Willingness to place The Visiting Destimation In Priority</i>	61
Tabel 36. Ditribusi Frekuensi Indikator <i>Willingness to Place the Visiting Destimation in priority</i>	62
Tabel 37. Uji Hasil Normalitas	63
Tabel 38 : Uji Homogenitas	64
Tabel 39. Hasil Uji Linieritas.....	65
Tabel 40. Nilai Signifikansi ANOVA ^b	66
Tabel 41. Koefisien Regresi Variabel X dan Y	66
Tabel 42 : Koefisien Determinasi Modal Summary	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Uji Coba Penelitian	82
Lampiran 3. Hasil Uji Coba Validitas Penelitian	83
Lampiran 4. Hasil Uji Reabilitas.....	85
Lampiran 5. Tabulasi Penelitian	86
Lampiran 6. Kelas Interval Variabel <i>Perceived Value</i> dan Minat berkunjung Kembali .	77
Lampiran 7. Dokumentasi.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebuah negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang berpotensi untuk dikembangkan di bidang pariwisata. Tidak hanya kaya akan sumber daya alam saja, tetapi juga memiliki kebudayaan dan kesenian yang beragam pada setiap daerah, sehingga suatu daerah memiliki ciri khas atau keunikan masing-masing yang dapat dijadikan sebagai potensi pariwisata. Dalam pariwisata, ada berbagai bentuk daya tarik wisata.

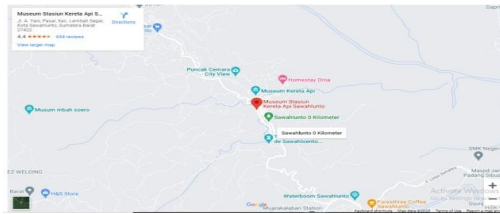
Menurut Rai utama (2016) daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Bentuk Daya Tarik Wisata yaitu Daya Tarik Wisata Alam, Daya Tarik Wisata Budaya dan Daya Tarik Wisata Buatan (Pitana,2009).

Daya Tarik Wisata alam di Sumatera Barat diantaranya Ngarai Sianok, Pantai Tiram, dan lain-nya. Daya Tarik Wisata budaya di Sumatera Barat diantaranya Istana Baso Pagaruyung Batusangkar, Jembatan Siti Nurbaya dan lain-lainnya. Daya Tarik Wisata Buatan di Sumatera Barat diantaranya Jam Gadang Bukittinggi, Museum Adityawarman dan Museum Kereta Api di Kota Sawahlunto.

International Council of Museum (ICOM) dalam Ali Akbar (2010), mendefinisikan Museum sebagai lembaga non-profit yang bersifat permanen

yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan, dan dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan takbenda beserta lingkungannya, untuk tujuan pendidikan, penelitian, dan hiburan.

Museum yang ada di Sumatra Barat ini salah satunya yang terletak di Kota Sawahlunto yaitu Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. Museum Kereta Api terletak di Jl. A. Yani, Pasar, Kec. Lembah Segar, Kota Sawahlunto, pusat Kota Sawahlunto, Sumatra Barat.










Gambar 1. Museum Kereta Api sawahlunto

Sumber: Google Maps (2023)

Museum Kereta Api Kota Sawahlunto juga memiliki koleksi-koleksi yang berkaitan dengan sejarah kereta api di masa lalu hingga saat ini. Dengan jumlah koleksi mencapai ratusan jenis koleksi, pengunjung dapat sepenuhnya berkeliling dan mencari informasi serta wawasan sebanyak-banyaknya. Berdasarkan wawancara pra penelitian kepada pemandu bahwa jika dihitungkan, koleksi di museum ini kurang lebih berjumlah 100 koleksi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1: Koleksi di Museum Kereta Api

No	Jenis Koleksi	Jumlah (Koleksi)	Koleksi
1	Gerbong	5	
2	Lokomotif uap bergigi	1	
3	Jam Dinding	2	
4	Alat- alat sinyal atau Komunikasi	34	
5	Foto Dokumentasi	34	
6	Miniatur Lokomotif	9	
7	Dongkrak Rel	5	

8	Brankas	3	
9	Label Pabrik	3	
10	Timbangan	3	
11	Lonceng	1	
Jumlah		100	

Sumber : Dinas Kebudayaan Sawahlunto, 2023.

Museum Kereta Api Kota Sawahlunto yang sedang diusulkan sebagai warisan budaya dunia UNESCO (*United Nations Education, Scientific and Cultural Organization*) dapat disewa untuk kegiatan Pameran, Ruang Pertemuan, Pemotretan, Shooting dll.



Gambar 2: Museum Kereta Api Sawahlunto
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Sebagai daya tarik wisata yang telah diusulkan sebagai warisan dunia UNESCO, Museum Kereta Api Kota Sawahlunto berusaha untuk selalu berbenah menjadi museum yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Banyaknya koleksi yang dimiliki oleh Museum Kereta Api Kota Sawahlunto diharapkan dapat menimbulkan *perceived value* bagi pengunjung.

Perceived value adalah penggunaan konsep nilai yang dirasakan telah dianggap sebagai persyaratan penting bagi kelangsungan usaha utama dalam persaingan pasar yang sengit dan telah dianggap sebagai kunci keberhasilan bagi semua perusahaan (Huber et al,2001 dalam Aulia & Sukati 2016:). Indikator dari *perceived value* menurut Waheed & Hassa,2016 diantaranya : *Emosional value, Social Value dan Fungsional Value*. *Emotional value* adalah berkaitan dengan perasaan emosional positif yang diharapkan oleh pelanggan pada saat membeli suatu produk maupun jasa yang ditawarkan. Dalam konteks pariwisata, *emotional value* dihasilkan dari pengalaman ketika melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Indikator selanjutnya *social value, social value* adalah berkaitan dengan perasaan yang diharapkan dari manfaat produk atau jasa bertujuan untuk memuaskan keinginan seseorang dalam mendapatkan pengakuan serta rasa bangga. Indikator yang terakhir *functional value, functional value* adalah berkaitan dengan kualitas kinerja jasa yang didapat oleh pelanggan setelah menggunakannya, seperti keadaan lingkungan dan fasilitas yang nyaman.

Keberhasilan suatu daya tarik wisata salah satunya terlihat dari jumlah pengunjung. Berikut adalah data jumlah pengunjung yang berkunjung ke museum Kereta api Kota Sawahlunto mulai dari tahun 2017- 2021.

Tabel 2 : Jumlah Data Wisatawan Berkunjung ke Museum Kereta Api Sawahlunto

No	Museum Kereta Api Sawahlunto	
	Tahun	Jumlah (Orang)
1	2017	14.237
2	2018	7.977
3	2019	6.503
4	2020	3.246
5	2021	2.208
Jumlah		34.171

Sumber: Dinas Kebudayaan Sawahlunto (2023)

Dari data tabel diatas diperhatikan bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2017-2021. Berikut ini adalah data jumlah pengunjung museum kereta api Kota Sawahlunto berdasarkan klasifikasi pengunjung.

Tabel 3: Klasifikasi Pengunjung Museum Kereta Api Kota Sawahlunto per 31 Desember 2022

No	Klasifikasi Pengunjung per Desember 2022	Jumlah (Orang)
1	Jumlah Pengunjung Pelajar Tahun 2022	5.566
2	Jumlah Pengunjung Mahasiswa Tahun 2022	648
3	Jumlah Pengunjung Umum Tahun 2022	341
4	Jumlah Pengunjung Peneliti Tahun 2022	24

5	Jumlah Pengunjung Asing Tahun 2022	20
6	Jumlah Pengunjung Seniman Tahun 2022	66
	Jumlah	9.734

Sumber : Dinas Kebudayaan Kota Sawahlunto, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke museum kereta api Kota Sawahlunto terbanyak adalah pelajar sebanyak 5.566 orang pengunjung. Rentang usia pelajar adalah dari umur 13 hingga 28 tahun. Apabila dianalisis usia dari 13 hingga 28 tahun tergolong kepada generasi Z. Artinya kini generasi Z berada dalam rentang usia 13 hingga 28 tahun yang artinya generasi Z berada pada kategori usia remaja.

Amanda Slavin (2015) menemukan bahwa Gen Z ingin didengar terlepas dari usianya yang masih muda. Teknologi adalah bagian dari identitas mereka dan mereka cerdas dalam bidang teknologi tetapi tidak memiliki keterampilan penyelesaian masalah dan belum menunjukkan kemampuan untuk melihat situasi, meletakkan dalam konteks, analisis dan membuat keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian kepada pengunjung museum kereta api Kota Sawahlunto, yang berusia 14 tahun mengatakan ketika ia berkunjung ke museum kereta api Kota Sawahlunto, di toilet museum tidak ada air sehingga pengunjung merasa kurang nyaman untuk berkunjung ke museum tersebut dan juga mengatakan masih ragu untuk berwisata kembali

ke museum tersebut. Berikut hasil wawancara pra penelitian melalui WhatsApp.



Gambar 3: Hasil pra penelitian melalui Whatsapp

Sumber : Pesan Singkat (2023)

Penulis juga melakukan wawancara pra peneliti dengan pengunjung yang berusia 18 tahun, pengunjung tersebut mengatakan ketika berkunjung ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto, pengunjung melihat sampah berserakan di halaman, selain itu ruangan museum juga gelap karena sebagian lampu yang sudah rusak di bagian teras museum, sehingga pengunjung merasa nyaman dalam pengambilan foto sebagai kenangan.

Masalah selanjutnya pengunjung yang berusia 20 tahun mengatakan setelah 2 kali ia berkunjung ke museum kereta api tersebut, pengunjung mengatakan tidak ada keterbaruan di museum kereta api tersebut dan pengunjung itu merasa tidak berminat untuk berkunjung kembali dan masih banyak objek wisata lain yang dijadikan prioritas karena ada keterbaruan tiap tahunnya.



Gambar 4 : Hasil pra penelitian Melalui Facebook

Sumber : Sosial Media (2023)

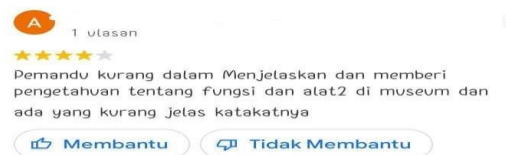
Dengan adanya permasalahan tersebut penulis mencoba untuk mencari tahu keberadaan tentang permasalahan yang disampaikan oleh pengunjung Museum Kereta Api Kota Sawahlunto salah satu melalui *google review*. Berdasarkan ulasan pada *google review* penulis menemukan adanya *emotional value* pengunjung yang tidak terpenuhi yaitu pengunjung mengatakan bahwa kurang mendapatkan kesenangan karena begitu banyak wisatawan yang berkunjung dan tidak mendapatkan hasil foto yang memuaskan karena pengunjung pada saat ramai saat berkunjung. Berikut disajikan tangkapan layar *google review* :



Gambar 5: Ulasan Pengunjung

Sumber : *Google review, 2023*

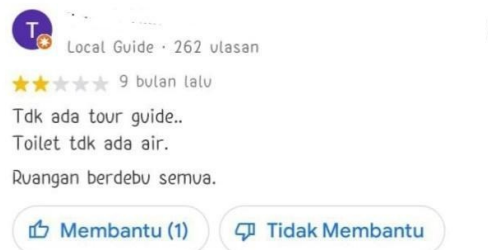
Permasalahan lain yang ditemukan oleh peneliti yaitu pengunjung mengatakan pemandu kurang jelas dalam menjelaskan dan memberi pengetahuan tentang fungsi alat-alat di museum tersebut. Berikut disajikan tangkapan layar *google review* :



Gambar 6:Ulasan Pengunjung

Sumber : *Google review,2023*

Permasalahan lain yang ditemukan oleh peneliti yaitu pengunjung yang berkunjung ke museum kereta api mengatakan dit toilet museum tidak ada air,. Berikut disajikan tangkapan layar *google review* :



Gambar 7 :Ulasan Pengunjung

Sumber : *Google review,2023*

Ulasan-ulasan negatif yang diceritakan terkait *perceived value* yang diceritakan oleh pengunjung di *google review* diatas dapat dikhawatirkan berdampak pada minat pengunjung untuk berkunjung kembali, seperti teori yang dikemukakan oleh Kozak, (2017) mendefinisikan nilai pengunjung memiliki pengertian yang berbeda pada setiap pengunjung, beberapa

pengunjung menganggap bahwa nilai pengunjung yang dirasakan ketika harganya rendah, namun bagi pengunjung lain nilai tersebut ketikan ada keseimbangan antara kualitas jasa yang dirasakan, dan nilai wisatawan juga memiliki potensi untuk mempengaruhi mereka kembali mengunjungi tempat yang sama. Dalam konteks jangka panjang, *perceived value* dianggap dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali (Fornell et al.,1996). Monroe dalam Atalik & Arslan (2009) menyatakan bahwa wisatawan cenderung lebih sensitif terhadap kerugian daripada keuntungan. Fakta ini merupakan kesempatan bagi pihak pariwisata untuk meningkatkan *perceived value* dan dapat membangun serta memelihara *long-term relationship*.

Menurut Goh (2015) mendeskripsikan minat berkunjung kembali sebagai bentuk dari suatu perilaku. Dalam konteks wisata, minat berkunjung kembali mencaerminkan keinginan untuk berkunjung kembali ke objek wisata yang pernah di kunjungi ketika sedang melakukan perjalanan.

Menurut Zeithaml et., al, (2018) dalam Al Baroroh (2019) indikator minat berkunjung kembali yaitu *Willingness to visit again*, *Willingness to invite*, *Willingness to positive tale* dan *Willingness to place the visiting destination in priority*. *Willingness to visit again* yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung lagi. *Willingness to invite*, yaitu kesediaan konsumen untuk mengundang, mengajak orang lain untuk berkunjung. *Willingness to positive tale*, yaitu kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada orang lain. *Willingness to place the visiting*

destination in priority, yaitu kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

Dari beberapa indikator tersebut penulis menemukan beberapa permasalahan sesuai indikator dari minat berkunjung kembali yang disampaikan oleh pengunjung Museum Kereta Api Kota Sawahlunto salah satu melalui *review* pada google. Berdasarkan ulasan pada google *review* penulis menemukan adanya *willingness to visit again* yaitu pengunjung mengatakan kurang berniat untuk mengunjungi kembali ke museum kereta api itu dan juga mengatakan kurang puas dalam pelayanannya, didalam museum itu agak gelap dan juga kaca berdebu. Berikut ini disajikan tangkapan layar dari google *review* :



Gambar 8 : Ulasan Pengunjung

Sumber : *Google review, 2023*

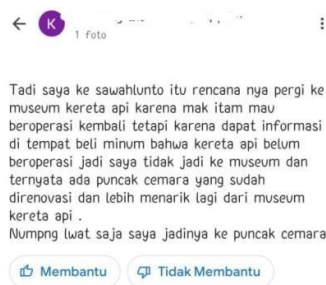
Permasalahan lain yang ditemukan oleh peneliti yaitu pengunjung yang berkunjung ke Museum Kereta Api mengatakan ia masih ragu mengajak teman-temannya berkunjung kembali ke Museum tersebut karena tidak ada perubahan dan tambahan alat-alat tersebut belum ada, dan ia tidak sanggup menceritakan tentang Museum Kereta Api tersebut

dari segi alat-alat yang ada di Museum tersebut. Berikut ini disajikan hasil tangkapan layar dari *google review*



Gambar 9 : Ulasan Pengunjung
Sumber : *Google review, 2023*

Permasalahan lain yang ditemukan oleh peneliti yaitu pengalaman pengunjung yang mempunyai rencana awal ingin berkunjung ke Museum Kereta Api, tiba di pertengahan perjalanan wisatawan berubah pemikiran dan pengunjung tersebut tidak jadi ke Museum Kereta Api hanya untuk sekedar lewat saja sehingga wisatawan berkunjung ke objek wisata Puncak Cemara. Hal ini dapat dilihat dari *google review* :



Gambar 10: Ulasan Pengunjung
Sumber : *Google review, 2023*

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini penting dilakukan, untuk mengetahui bagaimana pengaruh *perceived value* yang

didapatkan oleh gen z terhadap minat berkunjung kembali di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto. Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali ke Museum Kereta Api Sawahlunto”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Fasilitas yang tidak memadai di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
2. Pengolahan kebersihan kurang baik di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
3. Tidak adanya peningkatan atraksi di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
4. Kurangnya kepuasan pengunjung karena keterbatasan garpral
5. Pemandu masih kurang ditail dalam menceritakan alat-alat yang ada di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
6. Adanya pengunjung tidak berniat mengajak temannya untuk datang ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto karena tidak koleksi terbaru
7. Adanya pengunjung tidak menjadikan Museum Kereta Api Kota Sawahlunto sebagai tujuan prioritas dalam berwisata.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka batasan masalah penelitian ini adalah Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Minat Gen Z untuk berkunjung Kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Perceived Value* di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto?
2. Bagaimana Minat Gen Z berkunjung kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto?
3. Bagaimana Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Minat Gen Z Berkunjung Kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak terjadi dicapai dari penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Tujuan Umum
Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap minat gen z berkunjung kembali ke museum kereta api Kota Sawahlunto

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan tentang pengaruh *perceived value* di Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
- b. Mendeskripsikan tentang minat gen z berkunjung kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto
- c. Menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap minat gen z berkunjung kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Kebudayaan Kota Sawahlunto

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan pemahaman lebih kepada Dinas Kebudayaan Kota Sawahlunto mengenai pengaruh *perceived value* terhadap minat gen z berkunjung kembali ke Museum Kereta Api Kota Sawahlunto.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya di bidang perhotelan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dan menambah teori-teori baru untuk penelitian sejenis

4. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST). Selain itu Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media dalam mengaplikasikan dan membandingkan ilmu yang telah didapat selama dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan.