

## **PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DI MUSEUM GEOLOGI BANDUNG**

**Hadi Mulyana<sup>1</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari  
hadji3001.hm@gmail.com

**Emron Edison<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari  
emron.bdg@gmail.com

### **ABSTRACT**

*This research aims to assess the impact of museum experience on the decision to revisit the Geological Museum of Bandung. A quantitative method was applied through Simple Linear Regression analysis, with a research sample consisting of 100 respondents, namely tourists who are currently visiting or have previously visited the Geological Museum of Bandung. Data from the questionnaire, structured on a Likert scale, were analyzed using SPSS to test the questionnaire instrument and the coefficient of determination. The results of the instrument testing show that each statement in the questionnaire is valid and reliable. Descriptively, the Museum Experience variable falls into the "good" category, as does the variable for the decision to revisit. Verification analysis indicates positive and significant results, both partially and simultaneously, with a coefficient of determination of 52.5%. The remaining 47.5% is attributed to other variables not investigated in this study.*

**Keywords:** *Museum Experience; Decision to Revisit; Geological Museum.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak *museum experience* terhadap keputusan untuk kembali berkunjung ke Museum Geologi Bandung. Metode kuantitatif diterapkan melalui analisis Regresi Linier Sederhana, dengan sampel penelitian terdiri dari 100 responden, yakni wisatawan yang tengah mengunjungi atau pernah mengunjungi Museum Geologi Bandung. Data dari kuesioner, yang diatur dalam skala Likert, dianalisis menggunakan SPSS guna menguji instrumen kuesioner dan koefisien determinasi. Hasil pengujian instrumen memperlihatkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner valid dan reliabel. Secara deskriptif, variabel *Museum Experience* menunjukkan kategori "baik," begitu juga dengan variabel keputusan berkunjung kembali. Analisis verifikatif menunjukkan hasil positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, dengan koefisien determinasi sebesar 52,5%. Sisanya, sekitar 47,5%, diatribusikan pada variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Museum Experience; Keputusan Berkunjung Kembali; Museum Geologi.

## PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara yang kaya akan budaya, sejarah, dan kekayaan alam yang beragam, berhasil mengembangkan sektor pariwisata hingga saat ini. Pariwisata memainkan peran kunci sebagai penyumbang pendapatan negara, mengoptimalkan potensi yang ada dengan tujuan meningkatkan perekonomian negara. Pemerintah terus memprioritaskan perkembangan pariwisata, menciptakan destinasi unggul di berbagai wilayah Indonesia, termasuk Provinsi Jawa Barat.

Sebagai destinasi wisata terkemuka di Indonesia, Jawa Barat menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara berkat posisinya yang sangat strategis serta pembangunan infrastruktur yang mengesankan. Provinsi ini tidak hanya terkenal karena kemajuannya, melainkan juga karena keberagaman destinasi wisata yang mencerminkan kekayaan budaya, keindahan alam, dan warisan sejarah dari masa lampau. Keaslian budaya terbukti melalui pemeliharaan yang baik terhadap peninggalan sejarah di setiap daerah, dengan museum-museum Jawa Barat khususnya di Kota Bandung memiliki peran strategis dalam melestarikan warisan tersebut, diantaranya adalah Museum.

International Council of Museums (ICOM, 2022), memaknai museum sebagai entitas nirlaba yang berkomitmen untuk memberikan layanan kepada masyarakat secara umum. Museum ini aktif terlibat dalam kegiatan penelitian, pengumpulan, dan pameran artefak sejarah yang dapat diakses oleh masyarakat. Regulasi terkait museum dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, yang merinci aspek-aspek museum dan memberikan definisi terkait cagar budaya. Rincian lebih lanjut mengenai cagar budaya ini diuraikan dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Keseluruhan ini mencerminkan pentingnya museum dalam pelestarian dan penyebaran warisan budaya.

Hasil penelitian menunjukkan, Pengembangan Museum tidak hanya untuk wisata dan kenyamanan, tapi juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, termasuk sebagai sarana pembelajaran mandiri bagi siswa Sekolah Menengah Atas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koleksi di Museum Keraton Sumenep mendukung semua kompetensi dasar dalam Kurikulum untuk mata pelajaran Sejarah (Abdullah & Liana, 2018). Museum memberikan kesempatan kepada para pengunjung untuk mengamati artefak budaya yang memiliki nilai sejarah dan terlibat dalam aktivitas edukatif serta pembelajaran eksperimental selama kunjungan mereka (Junaid, Ilham, & Saharuna, 2022). Ini menunjukkan keberadaan museum selain untuk kegiatan pariwisata juga sangat berarti bagi dunia Pendidikan.

Di Kota Bandung, Museum Geologi dapat menjadi pemicu niat bagi mereka yang belum pernah atau sudah pernah berkunjung. Menurut Lam dan Hsu dalam penelitian Mustafidah (2016), Niat dapat dijelaskan sebagai kemauan atau kesiapan untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku khusus. Dalam situasi ini, keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung dianggap sebagai hasil dari kepuasan konsumen yang mereka alami selama kunjungan sebelumnya.

Wisatawan yang telah mengunjungi salah satu museum pasti memiliki pengalaman yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk kembali berkunjung. Pengelola museum perlu memperhatikan pengalaman tersebut, karena hal ini dapat berdampak pada keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hardiansyah (2018) dan Kristiutami, dkk. (2020),

Customer Experience memiliki pengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Revisit intention*, atau keinginan untuk kembali berkunjung, mencerminkan niat wisatawan untuk mengunjungi kembali tujuan wisata yang sama (Huang dkk., 2015). Definisi ini mengacu pada dorongan untuk mengunjungi destinasi wisata yang sama pada dua kesempatan yang berbeda dalam periode waktu tertentu (Cole & Scott dalam Stylos dkk., 2016).

Pengalaman di museum diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung, mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Menurut Kotler, dkk (2008), indikator *Museum Experience* yang ditawarkan oleh museum, yaitu: *sociability, learning experience, celebrative experience, recreation, aesthetic experience, dan issue-oriented experience*.

## METODOLOGI

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari pengunjung Museum Geologi Bandung pada tahun 2023, mencapai sekitar 493.940 orang. Sampel sebanyak 100 responden dipilih dengan tingkat kesalahan 10%, bertujuan untuk memastikan representasi yang baik dari data yang diambil.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

n = Sampel N = ukuran populasi  
e = presentase tingkat eror 10%

$$n = \frac{493940}{1 + 493940(0,1 \times 0,1)}$$

n = 99,97 dibulatkan menjadi 100 sampel

## Definisi dan Operasional Variabel

Pengaruh *Museum Experience* terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Museum Geologi merupakan fokus penelitian ini. Dalam judul penelitian ini, terdapat dua variabel utama, yaitu variabel independen yang diwakili oleh *Museum Experience* dan variabel dependen yang merupakan Keputusan Berkunjung Kembali.

1. Variabel Independen  
*Museum Experience* (X) diidentifikasi sebagai variabel independen. Menurut Kotler dan Neil (2008:6), mereka menggambarkan *Museum Experience* sebagai suatu konteks di mana pengalaman tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung.
2. Variabel Dependen  
Keputusan berkunjung kembali (Y) sebagai variabel dependen.

## Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang melibatkan studi kepustakaan dan studi lapangan. Informasi dari studi lapangan diperoleh langsung di Museum Geologi Bandung, dengan menerapkan teknik observasi, kuesioner, dan wawancara. Variabel yang menjadi fokus penelitian mencakup *Museum Experience* sebagai variabel independen dan Keputusan Berkunjung Kembali sebagai variabel

dependen. Untuk analisis data, digunakan perangkat lunak statistik SPSS.

### Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Survei menggunakan kuesioner dengan skala Likert (Tingkatan Ordinal). Informasi dari skala Likert tersebut kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menilai keabsahan dan keandalan pernyataan dalam kuesioner, juga untuk menghitung koefisien determinasi dan menguji hipotesis.

#### a. Uji Validitas

Menurut Lubis, et.al (2018:210) standar validitas memiliki masing-masing item yang dinyatakan valid jika memiliki nilai korelasi, hasil yang lebih kecil dari 0,30 dapat dinyatakan tidak valid, sehingga perlu diganti atau dihilangkan.

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah suatu metode untuk menilai sejauh mana kuesioner, yang merupakan penunjuk dari variabel konstruksi, dapat diandalkan. Tingkat reliabilitas data dihitung menggunakan rumus Alpha Cronbach. Instrumen penelitian dianggap dapat diandalkan jika nilai Alpha Cronbach  $\alpha > 0,70$  untuk setiap variabel.

### Uji Hipotesis

Hipotesis adalah prediksi awal terhadap fenomena yang merujuk pada konsep-konsep dalam teori, perlu diuji ulang untuk memverifikasi kebenarannya. Dalam penelitian ini, diasumsikan adanya pengaruh yang signifikan antara *museum experience* dan keputusan untuk berkunjung kembali. Untuk menguji tingkat signifikansi, digunakan metode perbandingan dengan rumus distribusi student (t-student).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dari segi statistik, hipotesis akan diuji untuk menilai tingkat signifikansi pengaruh antara variabel "museum experience" terhadap "keputusan berkunjung."

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Merujuk pendapat Lubis, Hermanto, dan Edison (2018), setiap item dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi lebih dari 0,30. Sebaliknya, jika nilai korelasi suatu item kurang dari 0,30, maka item tersebut dianggap tidak valid dan perlu direvisi atau dihapus. Hasil uji validitas untuk semua pernyataan melebihi nilai 0,30, yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dianggap valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas Dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Alpha Cronbach	R tabel	Keterangan
1	Museum Experience (X)	0,885	0,70	Reliabel

2	Keputusan Berkunjung Kembali (Y)	0,804	0,70	Reliabel
---	----------------------------------	-------	------	----------

Sumber: Olahan peneliti 2023

Dengan nilai uji reliabilitas yang melebihi 0,70, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa semua variabel dianggap dapat diandalkan.

## Hasil Analisis Verifikatif

### a. Hasil Uji Regresi

Penelitian ini menerapkan model regresi linier sederhana dengan dua variabel, yakni *Museum Experience* dan Keputusan Berkunjung Kembali. Analisis ini bertujuan untuk memahami sejauh mana pengaruh *Museum Experience* terhadap keputusan berkunjung kembali. Untuk mendeteksi dampak tersebut, total skor dari setiap pernyataan dalam kuesioner, yang diukur dalam skala Likert/Ordinal, diolah menggunakan SPSS.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan berkunjung

X = Museum experience

a = intersep (*slop*)

b = koefisiensi

**Tabel 2.**  
Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Museum Experience  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	.483	.310		1.560	.122
X	.822	.079	.724	10.401	.000

a. Dependent Variable Y

Maka dapat dijelaskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,483 + 0,822X$$

Dari persamaan regresi tersebut, adalah  $Y=0,483+0,822X$ , di mana:

- Y : Merupakan variabel dependen yang merupakan keputusan berkunjung
- X : Merupakan variabel independen yang mungkin merujuk kepada *museum experience* atau pengalaman berkunjung ke museum.

Dalam hal ini, persamaan regresi untuk mengukur hubungan antara *museum experience* (X) dan keputusan untuk berkunjung (Y).

- Koefisien 0,822 nilai persamaan variabel X menunjukkan seberapa besar perubahan yang diharapkan dalam keputusan berkunjung (Y) untuk setiap unit peningkatan dalam *museum experience* (X). Dengan kata lain, jika X

meningkat satu unit, maka Y akan meningkat sebesar 0,822. dalam keputusan untuk berkunjung. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengalaman berkunjung, semakin besar kemungkinan seseorang memutuskan untuk berkunjung ke Museum Geologi Bandung.

- Konstanta 0,483 adalah intercept dari garis regresi, yang menunjukkan nilai Y ketika X sama dengan nol. Dalam hal ini diartikan sebagai nilai keputusan berkunjung ketika *museum experience* tidak ada atau X sama dengan nol. Meskipun interpretasi langsung terbatas dalam konteks pengalaman berkunjung, konstanta ini memberikan dasar atau nilai awal yang dapat dimanfaatkan untuk memahami keputusan berkunjung pada tingkat dasar pengalaman.

Dengan demikian, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *museum experience* ke Museum Geologi Bandung memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan untuk berkunjung. Interpretasi ini didasarkan pada hubungan positif antara variabel X (*museum experience*) dan Y (keputusan untuk berkunjung), yang diperkuat oleh nilai koefisien positif 0,822.

#### b. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Untuk melihat pengaruh variabel tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 <sup>a</sup>	.525	.520	.39635	1.975

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variabel: Y

Koefisien determinasi, seperti yang terlihat pada Tabel 3, R-square mencapai 52,5%, menunjukkan kategori “sedang.” Sisanya 47,5% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

#### c. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis melibatkan uji signifikansi parsial (uji t) guna mengevaluasi tingkat signifikansi variabel independen, yakni *museum experience*, serta untuk menilai dampaknya terhadap variabel Keputusan berkunjung secara individual.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	.483	.310		1.560	.122
X	.822	.079	.724	10.401	.000

a. Dependent Variabel:

Dari hasil pengujian, didapatkan nilai t-hitung sebesar 10,401, yang melebihi nilai t-tabel sebesar 1,6608, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *Museum Experience* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan untuk Berkunjung Kembali (Y) secara parsial.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji FANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16.995	1	16.995	108.183	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	15.395	98	.157		
Total	32.389	99			

a. Dependent Variabel: Y

b. Predictors: (Constant), X

Tabel 5 di atas menyajikan hasil Uji F-hitung sebesar 108.183, yang melebihi nilai F-tabel 3,94, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, variabel tersebut secara bersama-sama menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

## PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian baik secara deskriptif maupun verifikatif yaitu sebagai berikut:

### 1. Museum Experience

Variabel *Museum Experience* menunjukkan rerata keseluruhan sebesar 3,89 (kategori: baik). Pernyataan dengan nilai rerata tertinggi adalah kagum terhadap koleksi Museum Geologi Bandung, mencapai 4,24. Di sisi lain, pernyataan dengan nilai rerata terendah terdapat pada aspek berinteraksi dengan pegawai Museum Geologi Bandung, dengan nilai rerata sebesar 3,44. Pernyataan lainnya mengenai merasakan kesegaran jiwa dan raga dari kegiatan di Museum Geologi memiliki nilai rerata sebesar 3,52.

### 2. Keputusan Berkunjung Kembali

Variabel Keputusan Berkunjung Kembali menunjukkan rerata keseluruhan sebesar 3,68. Pernyataan yang memperoleh nilai rerata tertinggi adalah pengalaman baru setelah mengunjungi Museum Geologi Bandung, mencapai rerata 4,10. Sebaliknya, pernyataan dengan nilai rerata terendah adalah memilih waktu libur untuk mengunjungi museum, dengan rerata 3,25, diikuti oleh pernyataan telah mempertimbangkan museum sebagai pilihan wisata dengan rerata 3,48.

### 3. Pengaruh Museum Experience Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Hasil verifikatif menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai sebesar  $10,401 > 1,6608$ , dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, uji F menghasilkan nilai sebesar 108,183 dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Ini menunjukkan bahwa *Museum Experience* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali secara keseluruhan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dapat dikonfirmasi. Sedangkan untuk koefisien determinasi sebesar 52,50%, dikategorikan sebagai "sedang." Hasil ini selaras dengan penelitian

Hardiansyah (2018) dan Kristiutami, dkk. (2020), Melyanti (2011) yang menunjukkan bahwa *museum experience* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali. Kesimpulan ini menegaskan bahwa pengalaman di museum memiliki peran yang cukup penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Museum Experience menunjukkan kualitas keseluruhan dalam kategori “baik.” Meskipun demikian, masih terdapat ruang untuk optimalisasi guna meningkatkan kepuasan pengunjung. Perbaikan yang diperlukan terutama berfokus pada interaksi antara pegawai dan pengunjung, serta pengembangan pengalaman kesegaran jiwa dan raga bagi para pengunjung. Selain itu, Variabel Keputusan Berkunjung Kembali telah dinilai dalam kategori “baik.” Namun, untuk mempertahankan ketertarikan dan relevansi, pihak pengelola museum perlu terus berinovasi agar loyalitas pengunjung tetap kuat, dan mereka bersedia untuk mengunjungi museum kapan pun.

Dari segi pengaruh, Museum Experience memiliki pengaruh sebesar 52,5% dalam kategori “sedang” terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. Pengaruh ini terbukti signifikan baik secara parsial maupun simultan, namun masih diperlukan perbaikan guna meningkatkan total pengaruhnya pada tujuan yang ingin dicapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, Umayra N, & Nofriyandri, R, & Dofest, H, & Pratiwi, Wulandari D. (2023). Pengaruh Museum Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Museum Adityawarman. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(2). 110-121.
- Abdullah, M. G., & Liana, C. (2018). Perkembangan Museum Keraton Sumenep Sebagai Objek Pariwisata Tahun 1994-2014. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 6(3).
- Falk, John H. dan Lynn D. Dierking. (1992). *The Museum Experience Revisited*.
- Hardiansyah & Yuningsih, E. (2018). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor. *Visionida*, 4(1).
- Huang, Mao, L. L., Wang, & Zhang, J. J. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism: the Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 16(4).
- Junaid, I., Ilham, M. D. M., & Saharuna, M. Y. (2022). Model Pengembangan Interpretasi Pariwisata Edukasi di Museum Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 216–236.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47608/jki.v16i22022.216-236>
- ICOM. (2022). Museum Definition. Retrieved November 10, 2023, from ICOM - International Council of Museums website:  
<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

- Kotler, Neil G., P., Kotler, W. I. (2008). *Museum Marketing Strategy: Designing missions Building Audiences Generating Revenue and Resouces*. Amerika: Jossey-Bass
- Kristiutami, Y. P., Dewi, D. P., Syarifuddin, D. (2020). Pengaruh Pengalaman Museum Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Sri Baduga. *Nusantara*, 3(2)
- Lubis, Y., Hermanto, B., Edison, E. (2018). *Manajemen dan Riset Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Minat Berkunjung di Saung Angklung Udjo Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, Vol. 1 No. 2, 188-208. DOI: <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i2.296>
- Melyanti, E. D., Rini Andari, Oce Ridwanudin (2011). Pengaruh Museum Experience Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Di Museum Kereta Api Ambarawa). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 4(1).
- Mustafidah, dan Puspaningrum, D.A. (2016). Pengaruh Motivation, Perceived Value, dan Experience terhadap Resivit Intention pada Hawaii Water ParkMalang. *Jurnal Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Peraturan Pemerintah 66 tahun 2015 tentang Museum.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). *Destination images, holistic images, and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination*". *Tourism Management*, 53, 40-60.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.
- Zakaria, Gitta P. (2015). *Pengaruh Museum Experience Terhadap Perilaku Pasca Berkunjung*. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.