



Analisis Kepuasan Pengunjung Museum Karbol Guna Mengoptimalkan Pelayanan dengan Metode Kano di Akademi Angkatan Udara

*(Satisfaction Analysis of Karbol Museum Visitors to Optimize
Services with the Kano Method at the Air Force Academy)*

Raihan Aditya Pratama^{1*}, Tri Asfari²

^{1,2} Teknik Manajemen Industri Pertahanan, Akademi Angkatan Udara

E-mail: raihanaditya0411@gmail.com, triasfari9@gmail.com

Abstract— *The Air Force Academy's Karbol Museum contains the history of the Air Force Academy and other knowledge about the Air Force Academy cadets. The Karbol Museum is located in the Air Force Academy Ksatrian is also open to the general public during Tour de Campus activities. Currently, the services at the Karbol Museum are quite good but there are still shortcomings that exist in this museum which are caused by several factors. Therefore, an analysis of visitor satisfaction with the services of the Air Force Academy Karbol Museum is needed. The purpose of this study is to analyze visitor satisfaction with the services of the Air Force Academy Karbol Museum in order to improve and optimize services, create a comfortable atmosphere, and create an informative museum for visitors. This research is quantitative research using the Kano Method with data collection methods in the form of observation, interviews, documentation, questionnaires, and literature studies. The results of research using the Kano Method calculation are that each assessment criterion is absolutely there. A criterion of great concern is the layout of the museum. This criterion will not increase customer satisfaction if it exists but if it is not found it can result in disappointment for museum visitors. Meanwhile, judging from the highest one dimensional value falls on the attitude of the Air Force Academy cadets in serving and providing information to visitors. This criterion is directly proportional to visitor satisfaction.*

Keywords— *Karbol Museum, Kano, Visitor Satisfaction*

Abstrak— Museum Karbol milik Akademi Angkatan Udara berisi tentang sejarah berdirinya Akademi Angkatan Udara dan pengetahuan lain seputar Taruna Akademi Angkatan Udara. Museum karbol terletak di dalam Ksatrian Akademi Angkatan Udara juga dibuka untuk masyarakat umum pada saat kegiatan *Tour de Campus*. Saat ini pelayanan di Museum Karbol sudah cukup baik tetapi masih terdapat kekurangan yang ada di dalam museum ini yang disebabkan oleh beberapa faktor. Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisis kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Karbol Akademi Angkatan Udara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Karbol Akademi Angkatan Udara guna meningkatkan dan mengoptimalkan pelayanan, menimbulkan suasana nyaman, serta menciptakan museum yang informatif bagi para pengunjungnya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan Metode Kano dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian menggunakan perhitungan Metode Kano adalah setiap kriteria penilaian adalah mutlak ada. Kriteria yang sangat menjadi perhatian adalah tata letak museum. Kriteria ini tidak akan menambah kepuasan pelanggan jika ada tetapi apabila tidak ditemukan dapat mengakibatkan kekecewaan bagi para pengunjung museum. Sedangkan, dilihat dari nilai *one dimensional* tertinggi jatuh kepada sikap taruna Akademi Angkatan Udara dalam melayani dan memberikan informasi terhadap pengunjung. Kriteria ini yang berbanding lurus dengan kepuasan pengunjung.

* Raihan Aditya Pratama
E-mail: raihanaditya0411@gmail.com

Kata Kunci— Museum Karbol, Kano, Kepuasan Pengunjung

I. PENDAHULUAN

Akademi Angkatan Udara (AAU) adalah lembaga pendidikan TNI Angkatan Udara di Yogyakarta, Indonesia yang mencetak Perwira TNI Angkatan Udara. Secara organisasi, AAU berada di dalam struktur organisasi TNI Angkatan Udara, yang dipimpin oleh seorang Gubernur. Seluruh Taruna dibentuk agar dapat memiliki jiwa yang sapta marga dan kepribadian yang tanggap, tanggon, dan trengginas agar dapat memenuhi kebutuhan TNI Angkatan Udara. Selain itu, para Taruna juga dituntut untuk memiliki wawasan umum yang luas seperti sejarah-sejarah perang, sejarah kemerdekaan, termasuk juga cikal bakal berdirinya AAU. Maka dari itu, AAU membangun sebuah museum yang diberi nama Museum Karbol. Saat ini Museum Karbol juga dibuka secara rutin untuk masyarakat umum pada hari Minggu pagi saat melaksanakan *Tour de Campus*. Taruna diberi tugas untuk dapat melayani dan memberi informasi seputar AAU pada saat masyarakat berkunjung di Museum Karbol tersebut.

Museum Karbol adalah sebuah museum yang terletak di dalam Ksatrian AAU yang memiliki tujuan untuk memberi informasi kepada Taruna AAU dan masyarakat umum tentang sejarah berdirinya AAU dan pengetahuan lain seputar Taruna AAU. Pelayanan di Museum Karbol sudah cukup baik seperti adanya *air conditioner* dan tata letak di dalam museum tersebut sudah cukup baik sehingga pengunjung tidak perlu saling bertabrakan. Namun, masih terdapat kekurangan yang ada di dalam museum ini, seperti kurangnya jumlah kursi-kursi yang ada di lingkungan museum dan kurang informatifnya informasi yang disampaikan kepada masyarakat umum melalui gambar ataupun koleksi-koleksi yang dipajang di museum, serta cara penyampaian Taruna AAU yang bertugas memberi informasi kepada pengunjung pada saat *Tour de Campus* masih kurang. Padahal seharusnya dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 mengatakan “Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat”.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Museum Karbol AAU guna meningkatkan dan mengoptimalkan pelayanan. Analisa akan menggunakan Metode Kano, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan keperluan pelanggan. Model ini dikembangkan oleh Profesor Noriaki Kano (CQM, 1993) dari Universitas Tokyo Rika.

II. LANDASAN TEORI

A. Museum

Menurut Association of Museum (1998), definisi tentang museum adalah tempat yang membolehkan orang untuk melakukan penelitian mencari inspirasi, pembelajaran, dan kesenangan.

Pengertian beberapa istilah terkait yaitu [1]:

- a. Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat.
- b. Museum Kepresidenan adalah jenis museum khusus yang menginformasikan sejarah dan keberhasilan seorang Presiden dan/atau Wakil Presiden selama menjalankan masa bakti jabatannya.
- c. Koleksi museum yang selanjutnya disebut Koleksi adalah Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya dan/atau Bukan Cagar Budaya yang merupakan bukti material hasil budaya dan/atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, museum adalah bangunan yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengembangkan, dan menampilkan barang-barang peninggalan atau barang yang mengandung nilai sejarah sesuai dengan tujuan museum itu dibangun.

B. Kepuasan

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen [2].

Nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan, dan menggunakan produk atau jasa. [3].

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. [4].

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan [5]. Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik [4].

Pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya [6]. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa [7]. Dengan demikian, kepuasan adalah sebuah keputusan seseorang guna menilai tingkat kualitas suatu barang atau jasa sehingga tingkat kualitas tersebut dapat terukur dengan baik.

C. Pelayanan

Pelayanan ialah sebuah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan pada orang lain, baik dengan berupa materi atau juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya itu sendiri [8]. Sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal. [9].

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan [10]. Pelayanan (*service*) ialah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Pelayanan atau juga lebih dikenal dengan *service* bisa diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

- a. *High contact service* ialah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dan juga penyedia jasa yang sangatlah tinggi.
- b. *Low contact service* ialah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. [11].

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan [12]. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pelayanan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberikan bantuan terhadap seseorang yang kurang memahami suatu tempat atau situasi yang sedang dialami.

D. Analisis

Analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan [13]. Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain, dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu [14]. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, analisis adalah kegiatan yang bertujuan untuk menguraikan suatu hal menjadi beberapa bagian, sehingga hal tersebut dapat dibuktikan secara konkrit.

E. Uji Validitas

Validitas berhubungan dengan suatu perubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [15].

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \cdot \sqrt{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2}}$$

Keterangan:

- x = variabel x
- y = variabel Y
- n = jumlah sampel
- $\sum x$ = jumlah variabel x
- $\sum y$ = jumlah variabel y
- $\sum xy$ = jumlah perkalian variabel x dikali variabel y

F. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari reliabilitas adalah keajegan pengukuran [16]. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan [17]. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [15].

G. Metode Kano

Model Kano merupakan satu model yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen. Model yang dikembangkan oleh Dr Noriaki Kano ini bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk ataupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Noriaki Kano adalah orang pertama yang mengembangkan metode untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan harapan melalui teknik klasifikasi preferensi [18]. Dalam modelnya, Kano membedakan tiga tipe produk yang diinginkan, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

a. *Must-be requirements.*

Tipe ini merupakan kriteria dasar yang harus ada pada suatu produk atau jasa. Jika persyaratan dasar ini tidak ada, tidak dipenuhi atau kurang maka konsumen akan merasa sangat tidak puas. Walaupun pada kenyataannya konsumen melihat kriteria ini sebagai syarat dasar, konsumen biasanya tidak secara tegas menyatakan persyaratan ini sehingga pemenuhan kategori ini tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen.

b. *One-dimensional requirements.*

Pada tipe ini, kepuasan konsumen berbanding secara proporsional dengan tingkat pemenuhan kebutuhan konsumen, dimana semakin tinggi tingkat pemenuhan kebutuhan dari konsumen, maka semakin tinggi pula derajat kepuasan konsumen dan sebaliknya. *One-dimensional requirements* secara eksplisit selalu dituntut oleh konsumen.

c. *Attractive requirements.*

Persyaratan ini merupakan kunci dari kepuasan konsumen. Persyaratan ini merupakan kriteria produk yang memiliki pengaruh paling besar pada kepuasan konsumen jika diberikan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang dilakukan secara sistematis dan menggunakan model-model matematis. Metode kuantitatif bersifat objektif karena hasil akhirnya didapat melalui analisis terhadap data-data yang dikumpulkan.

B. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan terhadap segala kondisi atau perilaku obyek yang menjadi target penelitian.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada pengunjung museum.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan untuk mengetahui gambaran umum pelaksanaan kunjungan di museum.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis dan dijawab oleh pengunjung museum.

5. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi melalui pengumpulan data pustaka dengan cara membaca, memahami, dan mempelajari teori-teori yang relevan.

C. Penjelasan Kerangka Penelitian

- a. Studi Lapangan. Studi lapangan dilaksanakan dengan cara mengunjungi Museum Karbol untuk melihat respon masyarakat terhadap pelayanan di Museum Karbol AAU. .
- b. Pengumpulan Data. Data yang dikumpulkan adalah penilaian pengunjung terhadap museum dengan cara observasi dan memberikan kuesioner ke pengunjung Museum Karbol.
- c. Pengolahan Data. Data yang diperoleh dari observasi dan kuesioner akan diolah dengan Metode Kano. Rumus Kano adalah sebagai berikut:
 - 1) Membuat item-item pertanyaan dalam kuesioner yang terdiri dari pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional.
 - 2) Dengan menggabungkan pertanyaan fungsional dan disfungsional, maka tipe persyaratan suatu produk dapat diklasifikasikan sesuai dengan tabel di bawah

Tabel 1. Penentuan Kategori Kano

Kebutuhan Konsumen		<i>Dysfunctional</i>				
		1	2	3	4	5
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
<i>Functional</i>	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Harap	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Penentuan kategori untuk tiap variabel atau Kano's Weight digunakan aturan pada Blauth's formula.

- 3) Menghitung nilai *better* dan *worse*. *Better* mengindikasikan seberapa banyak kenaikan kepuasan pelanggan jika kita menyediakan fiturnya (A&O). *Worse* mengindikasikan seberapa banyak penurunan kepuasan pelanggan jika kita tidak menyediakan fiturnya (O&M). Adapun rumus untuk menghitung *Worse* dan *Better* adalah sebagai berikut:

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I}$$

Keterangan:

- Q = *Questionable* (Orange)
R = *Reserve* (Biru)
A = *Attractive* (Hijau)
I = *Indifferent* (Merah Muda)
O = *One Dimensional* (Kuning)
M = *Must be* (Abu-Abu)

- 4) Menentukan kategori Kano untuk tiap atribut dengan menggunakan *Blauth's formula* (Walden, 1993) sebagai berikut:
- Jika (*one dimensional + attractive + must be*) > (*indifferent + reserve + questionable*) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*).
 - Jika (*one dimensional + attractive + must be*) < (*indifferent + reserve + questionable*) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent + reserve + questionable*).
- e. Analisis Data. Hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan langkah-langkah yang telah diterangkan dalam Metode Kano. Dikarenakan semua fungsionalitas berada pada kategori *one-dimensional* yang berfokus pada kinerja atau performance yang secara umum juga telah mengakomodasi kebutuhan dasar atau basic needs, maka perbaikan atau pengembangan sistem akan difokuskan pada penambahan fungsionalitas/fitur yang bersifat *attractive* yang dapat memberikan efek menarik pada sistem informasi ini.

IV. PENGOLAHAN DATA DAN ANALISA

A. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner terhadap para pengunjung Museum Karbol. Hal ini bertujuan untuk dapat mengetahui kepuasan

pengunjung museum. Maka pada penelitian ini diberikan kuesioner pernyataan *functional* dan *dysfunctional* kepada 60 responden di Museum Karbol AAU.

Pengumpulan data selanjutnya menggunakan kuesioner. Sebelum dilakukan untuk mengambil data kuesioner sebelumnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

TABEL 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.730	15

Kemudian dilakukan penentuan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin dengan nilai kelonggaran adalah 10% dengan jumlah populasi 60 orang.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{60}{1 + 60(0,10)^2}$$

$$n = \frac{60}{1,6} = 37,5 \sim 3$$

Kuesioner dengan pernyataan yang sudah valid kemudian akan disebarakan kepada 38 pengunjung Museum Karbol. Kuesioner ini merupakan kuesioner *functional* dan *dysfunctional*.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Functional

No	No Pertanyaan														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1.	2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	2
2.	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1
3.	1	2	3	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1
4.	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	1	2	1	1
5.	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1
6.	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
7.	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2
8.	1	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2
9.	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
10.	1	2	3	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2
11.	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2
12.	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2
13.	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	3	1	2
14.	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3
15.	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1
16.	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	3	1
17.	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2
18.	2	1	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1
19.	1	2	1	1	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1
20.	3	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2
21.	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2
22.	2	1	3	2	1	1	1	2	1	2	3	1	1	2	3
23.	2	2	1	2	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	1
24.	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1
25.	1	1	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
26.	2	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	1	1	1	2
27.	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2

No	No Pertanyaan														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
28.	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
29.	1	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3
30.	1	1	1	2	2	1	1	3	1	3	1	2	2	1	2
31.	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
32.	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3	1	2	2
33.	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2
34.	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	1	2	1	2
35.	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
36.	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2
37.	1	1	1	1	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	3
38.	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2

Tabel 5 Hasil Kuesioner Dysfunctional

No	No Pertanyaan														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1.	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
2.	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	5	3
3.	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	5	5	4
4.	3	5	3	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4
5.	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6.	3	3	4	4	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4
7.	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
8.	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
9.	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5
10.	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
11.	4	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5
12.	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3
13.	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4
14.	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
15.	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
16.	3	5	4	3	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
17.	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
18.	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
19.	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
20.	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
21.	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
22.	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
23.	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	3	3	5	4
24.	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4
25.	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4
26.	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
27.	4	3	3	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4
28.	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
29.	3	3	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	3	3	3
30.	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5
31.	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3
32.	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3	4	3
33.	5	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4
34.	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5
35.	4	5	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4
36.	3	4	3	3	4	3	3	5	5	3	4	4	3	3	4
37.	5	5	3	3	5	5	3	3	4	3	4	5	4	3	3

No	No Pertanyaan														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
38.	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3

Selanjutnya dilakukan penghitungan untuk menentukan Kano's Weight dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Ringkasan Hasil Perhitungan Kano's Weight

No	Kriteria	Q	R	A	I	O	M	Better	Worse	O+A+M	I+R+Q
1.	Ketersediaan Informasi	15	57	79	171	19	61	0.33	0.18	159	243
2.	Kemudahan Informasi Dipahami	25	51	89	153	25	37	0.33	0.20	151	229
3.	Jumlah Kursi	16	60	82	180	16	26	0.33	0.14	124	256
4.	Kelengkapan Data Museum	21	55	85	165	21	33	0.33	0.18	139	241
5.	Sikap Taruna	30	46	56	138	30	80	0.33	0.36	166	214
6.	Kesesuaian Informasi	21	55	85	165	21	33	0.33	0.18	139	241
7.	Penyampaian yang Informatif	18	58	80	174	18	32	0.33	0.16	130	250
8.	Tata Letak Barang	14	62	60	186	14	44	0.33	0.19	118	262
9.	Pembaharuan Informasi Museum	26	50	88	150	26	40	0.33	0.22	154	226
10.	Penerangan Museum	16	60	86	180	16	22	0.33	0.13	124	256
11.	Akses keluar masuk	16	60	86	180	16	22	0.33	0.13	124	256
12.	Kebersihan museum	21	55	85	165	21	33	0.33	0.18	139	241
13.	Kondisi bangunan	18	58	76	174	18	36	0.33	0.18	130	250
14.	Ketersediaan bus ke Museum	24	52	86	156	24	38	0.33	0.20	148	232
15.	Ketersediaan Penyejuk Udara	19	57	75	171	19	39	0.33	0.19	133	247

B. Analisis Data

Pada tabel terlihat bahwa pada setiap kriteria (*one dimensional + attractive + must be*) > (*indifferent + reserve + questionable*), maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari *one dimensional*, *attractive*, dan *must be*. Berdasarkan hal tersebut didapatkan nilai maksimum berjumlah 262 yaitu pada kriteria tata letak barang, hal ini menunjukkan bahwa kriteria tersebut sangat diperhatikan oleh para pengunjung museum.

Nilai *one dimensional* tertinggi jatuh kepada sikap taruna dalam melayani dan memberikan informasi terhadap pengunjung. Sikap taruna merupakan aspek yang penting karena akan meningkatkan kepuasan pengunjung tetapi apabila pelayanan tersebut tidak baik maka akan menurunkan kepuasan pengunjung.

V. KESIMPULAN

Sikap taruna dalam melayani dan memberikan informasi terhadap pengunjung dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Hasil dari perhitungan Metode Kano adalah bahwa setiap kriteria adalah mutlak ada. Kriteria yang sangat menjadi perhatian adalah tata letak museum. Kriteria ini tidak akan menambah kepuasan pelanggan jika ada tetapi apabila tidak ditemukan dapat mengakibatkan kekecewaan para pengunjung museum.

Sebaiknya, tata letak museum dapat ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kualitas pelayanan Museum Karbol, memberikan pelatihan dan pengarahan kepada taruna, dan bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan validasi hasil dengan menggunakan metode yang berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini atas doa dan dukungannya sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat

REFERENSI

- [1] Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5168.
- [2] Lovelock, Cristopher H. dan Lauren K. Wright. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT Indeks.
- [3] Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- [4] Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- [5] Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- [6] Djaslim, Saladin. 2003. Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik. Penerbit CV. Linda Karya, Bandung.
- [7] Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- [8] Suhartono, Suparlan. 2000. Filsafat Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Ar-Ruzz.
- [9] Loina. 2001. Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik. Jakarta: CV Lakolo.
- [10] Atik, dan ratminto. 2005. Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [11] Kotler, Philip, 2003, Marketing Management, Prentice Hall. New Jersey.
- [12] Sampara dan Sinambela. 2011. Pengertian Pelayanan. Jakarta: Bumi Aksara.
- [13] Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- [14] Komaruddin, 2001. Ensilopedia Manajemen, Edisi ke 5, Jakarta, Bumi Aksara.
- [15] Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [16] Walizer, Michael H., and Paul L. Wienir, 1987, Metode dan Analisis Penelitian: Mencari Hubungan, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- [17] Sugiharto, Sitinjak, (2006), lisrel, cetakan pertama yogyakarta, penerbit Graha Ilmu.
- [18] Garibay, C., Gutierrez, H. & Figueroa, A., 2010. Evaluation of a Digital Library by Means of Quality Function Deployment (QFD) and the Kano Model. Journal of Academic Librarianship, 36(2), pp.125–132. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2010.01.002>.