



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol.4 No.3 (2025) pp: 8571-8578

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pada *Event Organizer We & Dream* Terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* Di Kota Medan

Yuriska Zatira Sitanggang<sup>1</sup>, Nurul Wardani Lubis<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

<sup>1</sup>[sitanggangyuriska@gmail.com](mailto:sitanggangyuriska@gmail.com), <sup>2</sup>[nurulwardani@unimed.ac.id](mailto:nurulwardani@unimed.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada event K-Pop yang diselenggarakan oleh Event Organizer We & Dream di Kota Medan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan melibatkan 140 responden yang merupakan pengunjung dari berbagai event K-Pop. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala ordinal dan diolah menggunakan analisis regresi linier berganda melalui program SPSS 29.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan kontribusi sebesar 77,6%. Fasilitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan kontribusi sebesar 58,7%. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,488, yang berarti 48,8% variasi kepuasan pengunjung dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas, sedangkan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan semakin baik fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara event, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung yang hadir. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyelenggara event untuk meningkatkan standar pelayanan, kenyamanan fasilitas, serta inovasi penyelenggaraan acara agar mampu bersaing di industri hiburan yang kompetitif. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi studi lanjutan yang berfokus pada bidang manajemen event dan perilaku konsumen dalam konteks industri kreatif.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pengunjung, Event Organizer, K-Pop

### 1. Pendahuluan

Peningkatan bisnis *event organizer* di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan dengan laju peningkatan sebesar 15-20% per tahunnya. Pada tahun 2019 tercatat sekitar 40.000 tenaga kerja formal terserap oleh 4000 pelaku usaha *event organizer* [1]. Pada tahun 2022, 7 dari 12 komunitas tercatat memiliki nilai ekonomi di sektor *event* mencapai Rp34,5 – 164,4 triliun dengan sejumlah *event* mencapai 1.725 – 2.950 per tahun [2]. Artinya, perkembangan bisnis ini dipengaruhi karena adanya ketergantungan masyarakat kepada layanan *event organizer*.

*Event organizer* (EO) adalah pemberi layanan profesional yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan berbagai jenis acara [3]. EO berfungsi untuk membantu klien dalam menyelenggarakan acara mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan, termasuk dalam hal pengaturan anggaran, pemilihan lokasi, dan koordinasi semua aspek yang terlibat dalam acara tersebut.

Seiring dengan meningkatnya bisnis *event organizer* ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat diantara kompetitor sejenis. Perusahaan dituntut untuk memiliki sensitivitas tinggi terhadap kebutuhan pengunjung dengan menyelenggarakan acara yang unggul dan memiliki keunikan dibandingkan kompetitor. Dari banyaknya *event organizer K-Pop* di Kota Medan, peneliti memilih *We & Dream* sebagai objek dalam penelitian ini dengan alasan penyedia jasa ini cukup rutin menyelenggarakan *event K-Pop* sejak tahun 2021 dan juga siap menampung evaluasi dan masukan dari para pengunjung.

Keunikan dari setiap *event K-Pop* yang diselenggarakan oleh *We & Dream* yang membuat mereka berbeda dari penyedia jasa lain terletak pada kreativitas dan keberagaman kegiatan dalam satu acara. Pemimpin dari

penyedia jasa ini menjelaskan bahwa mereka memang sengaja menonjolkan keunikan tersebut untuk menarik perhatian pengunjung sehingga acara mereka ramai dikunjungi. Salah satu ciri khas dari keunikan mereka adalah adanya kompetisi *Random Play Dance* individu. Biasanya kegiatan *Random Play Dance* (menari dengan lagu diputar secara acak) dilaksanakan di pertengahan atau akhir acara hanya untuk seru-seruan dengan pengunjung saja. Namun, *We & Dream* membuat inovasi dengan menjadikannya sebagai ajang kompetisi yang mendapat antusias dari para pengunjung. Selain itu, *special dance performance* dari grup *We & Dream* juga sangat ikonik dan dinanti-nantikan oleh para pengunjung. Karena selain sebagai penyedia jasa, *We & Dream* juga merupakan grup *K-Pop dance cover* yang memiliki banyak penggemar di Kota Medan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemimpin *We & Dream Event Organizer*, ditemukan bahwa jumlah pengunjung *event* yang diselenggarakan oleh mereka mengalami fluktuasi. Berikut ini adalah data jumlah penjualan tiket *event K-Pop* oleh *We & Dream* dari tahun 2023-2024.

Tabel 1 Data Penjualan Tiket *Event K-Pop* oleh *We & Dream* Tahun 2023-2024

Nama Event	Waktu	Jumlah Penjualan Tiket
<i>K-Pop Sarang Day Competition (Manhattan Times Square)</i>	19 Februari 2023	225
<i>K-Pop Dance Party (DeliPark Mall)</i>	28 Mei 2023	278
<i>K-Pop Dance Party Vol.02 (DeliPark Mall)</i>	11 Agustus 2023	343
<i>We &amp; Dream K-Pop Competition Vol.2 XICHITAN (Ringroad City Walk)</i>	27 Agustus 2023	246
<i>15th Cambridge Vaganza K-Pop Competition 2023 (Cambridge Hotel Level 26)</i>	17 September 2023	300
<i>K-Pop Dance Party Vol.3 (Manhattan Urban Market)</i>	01 Oktober 2023	305
Hari H: Harinya Hyundai <i>K-Pop Dance Competition (Parking Area Plaza Medan Fair)</i>	7-8 Oktober 2023	299
<i>K-Pop Dance Cover Competition (PrimeOne School South Building)</i>	11 November 2023	210
<i>Median K-Pop Dance Party Vol.4 (Median Cafe)</i>	25 November 2023	199
<i>K-Pop Dance Party Vol.5 with Loka Event (Sun Plaza Medan)</i>	09 Desember 2023	502
<i>Chinese New Year Celebration: K-Pop Dance Party Vol.6 (Tamrin Plaza)</i>	17 Februari 2024	449
<i>K-Pop Around Us (Sun Plaza Medan)</i>	24-25 Februari 2024	289
<i>Infinix Gaming Master S4 Medan: K-Pop Dance Competition (Manhattan Times Square)</i>	13 Mei 2024	211

Sumber: *We & Dream* 2023-2024 yang diolah sendiri oleh peneliti

Merujuk pada data dalam tabel, terlihat bahwa jumlah pengunjung berdasarkan penjualan tiket mengalami fluktuasi pada setiap *event* namun cenderung mengalami penurunan. Jumlah pengunjung meningkat hanya pada *event* tertentu dan yang paling menonjol terlihat pada 3 *event* yakni *K-Pop Dance Party Vol.5 with Loka Event* sebanyak 502 pengunjung, *Chinese New Year Celebration: K-Pop Dance Party Vol.6* sebanyak 449 pengunjung, dan *K-Pop Dance Party Vol.2* sebanyak 343 pengunjung. Sedangkan *event* lainnya hanya rata-rata berjumlah 250 pengunjung.

Sebuah acara akan dinilai berhasil tidak hanya dilihat dari banyaknya pengunjung tetapi juga dari tingkat kepuasan pengunjung yang hadir (Zahra et al., 2022). Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa pengunjung *event* terakhir pada 13 Mei 2024, 8 dari 10 pengunjung merasa kurang puas dengan keluhan pemilihan lokasi terlalu jauh, acara dimulai tidak tepat waktu, ketidaksesuaian *rundown*, beberapa panitia acara terlihat jutek saat ditanyai, tidak tersedia kursi bagi pengunjung untuk duduk, tidak ada tenan makanan & minuman, dan permasalahan *sound system*.

Kualitas pelayanan menurut [5] merupakan ciri dan karakter suatu layanan dalam hal kemampuannya dalam

memenuhi segala persyaratan yang sudah ditetapkan. *We & Dream* rutin dalam menyelenggarakan *event* dan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pengunjung dengan menyediakan grup *Whatsapp* untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, *question box* di *Instagram* agar pengunjung dapat memberi *request* terkait acara baik dari lagu, tenan, bintang tamu, *games*, dan lain sebagainya. Namun kenyataannya di lapangan berdasarkan wawancara langsung dengan 10 pengunjung, mereka mengeluh tentang *rundown* yang telah disebar kepada pengunjung sering kali tidak sesuai, seperti ketidaktepatan waktu, adanya kegiatan yang tidak terlaksana, dan sikap dari beberapa panitia yang kurang ramah dalam melayani pengunjung.

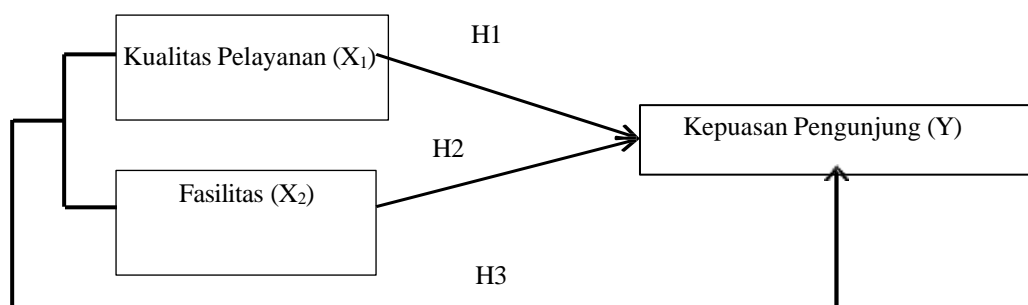
Pelayanan yang baik sangat berperan dalam menentukan kepuasan pengunjung. Dapat dibuktikan dalam temuan studi (Zahra et al., 2022) serta (Gulo & Ritonga, 2023) yang menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Akan tetapi, studi ini tidak sama seperti temuan studi oleh (Prihatin, et al., 2021) yang menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Selain Kualitas Pelayanan, Fasilitas juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena dalam bisnis jasa, evaluasi pengunjung terhadap sebuah perusahaan didasarkan atas apa yang mereka dapatkan setelah mempergunakan jasa [8]. Berdasarkan wawancara dengan 10 pengunjung pada 13 Mei 2024 lalu, mereka mengeluh tentang kualitas *sound system* yang suaranya terlalu kecil dan terkadang nyaring, tidak tersedia kursi yang cukup bagi pengunjung, dan juga tidak tersedia tenan kuliner. Keluhan tersebut menunjukkan adanya kekecewaan dan ketidakpuasan pengunjung terhadap acara tersebut. Hal ini dibuktikan dengan temuan penelitian [9] yang sejalan dengan penelitian (Gulo et al., 2023) dengan hasil menunjukkan bahwa fasilitas memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Akan tetapi, temuan ini tidak sama dengan temuan oleh [11] yang memperlihatkan bahwa fasilitas tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Faktor utama dalam kepuasan Pengunjung adalah memastikan Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan menurut [12] kualitas pelayanan merupakan bentuk usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan pengunjung yang disertai ketepatan dalam penyampaianya agar sesuai dengan harapan pengunjung. Selain Kualitas Pelayanan, Fasilitas juga sangat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung *event* yang diselenggarakan oleh *We & Dream*. Menurut Menurut [13] fasilitas ialah penyediaan sarana fisik yang bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam menjalankan aktivitasnya.

Berdasarkan uraian diatas, terlihat betapa pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pada *Event Organizer We & Dream* Terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* pada Kota Medan”.

Penelitian ini bertujuan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengunjung. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan serta dasar teori bagi studi mendatang yang berfokus pada perilaku pengunjung, khususnya dalam sebuah *Event Organizer*. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki dan memahami apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung, serta pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung, serta bagaimana Fasilitas dapat memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pengunjung. apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung, serta bagaimana Fasilitas dapat memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pengunjung.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar 1 maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. H1 : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung
2. H2 : Terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung
3. H3 : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung *event K-Pop* yang akan diselenggarakan oleh *We &nd Dream Event Organizer* dengan alamat lokasi di *Thamrin Plaza Medan*. Jalan MH. Thamrin R No.75, Pandau Hulu 1, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20214. Penelitian ini dilakukan pada 22 September 2025.

Karena populasi tidak pasti jumlahnya, ukuran sampel pada penelitian saat ini memakai perhitungan dengan rumus (Hair et al., 2010) jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel bisa dihitung dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5 hingga 10. Dalam penelitian ini terdapat 11 indikator jadi berdasarkan teori Hair tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 14 \times 10 \\ &= 140 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 orang.

Variabel dalam penelitian itu seperti ciri-ciri atau sifat yang dimiliki oleh orang, benda, atau kegiatan yang bisa berbeda-beda [15]. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (*Independen*) dan variabel terikat (*dependen*). variabel bebas terdiri dari Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam penelitian ini [16]. Terdapat tiga teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain: Studi Pustaka, Observasi dan kuisioner.

Teknik analisis data adalah cara untuk mengolah data agar bisa jadi informasi yang mudah dipahami. Dalam penelitian ini karena ada dua variabel yang mempengaruhi dan satu variabel yang dipengaruhi, metode yang tepat digunakan adalah regresi linier berganda. Selain itu untuk memastikan hasil yang akurat juga dilakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji Asumsi Klasik

#### 3.1.1 Uji Normalitas

Berikut hasil dari uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 2 Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		140	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0	
	Std. Deviation	4.12428688	
Most Extreme Differences	Absolute	0.082	
	Positive	0.073	
	Negative	-0.082	
Test Statistic		0.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0.073	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	0.074	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.072
		Upper Bound	0.075
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Hasil uji normalitas pada penggunaan SPSS versi 29.0 dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menyajikan nilai signifikansi 0.073, yang lebih besar dari 0.05. Dengan arti, data yang dipakai pada penelitian ini terdistribusi normal.[17] jika hasil signifikansi lebih dari 0.05 maka data dianggap normal.

### 3.1.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

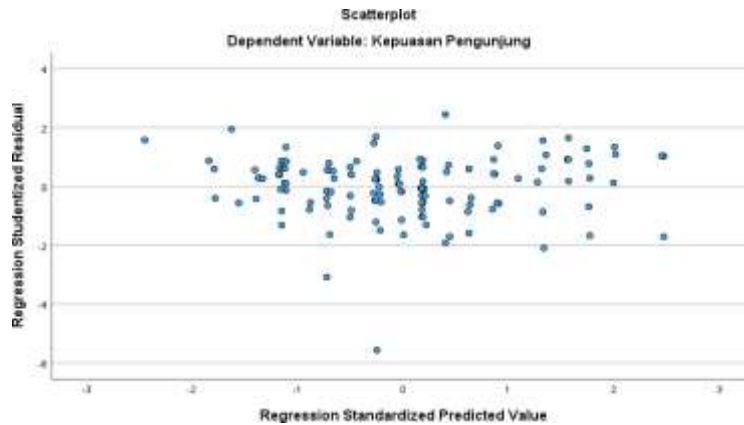
Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constan)	25.879	4.691		5.517	0.000		
	Kualitas Pelayanan	0.029	0.154	0.013	0.188	0.851	0.979	1.021
	Fasilitas	0.643	0.080	0.570	8.051	0.000	0.979	1.021

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Pada tabel 3 terlihat bahwa nilai toleransi untuk Kualitas pelayanan (X1) serta Fasilitas (X2) adalah 0,979, artinya lebih besar dari 0,1. Begitupun dengan nilai VIF, nilai VIF pada kedua variabel X merupakan 1,021 lebih kecil dari 10, jadi tidak adanya masalah multikolinieritas pada model regresi. Artinya dapat diambil kesimpulan bahwaanya tidak adanya hubungan yang terlalu kuat antar Kualitas Pelayanan dan Fasilitas.

### 3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *SPSS 29.0 for windows* dapat dilihat dalam gambar *scatterplot* di bawah ini:



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastistas

Menurut [18] jika titik-titik yang ada dalam grafik tersebar seara acak dan tidak berbentuk pola tertentu, itu menandakan tidak ada masalah heteroskedastisitas Dalam gambar tersebut terlihat bahwa kumpulan data tersebar secara acak, tanpa pola yang mudah dikenali, serta detempat di atas, di bawah, dan di sekitar angka 0 pada sumbu Y. Ini memperlihatkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini. Dengan kata lain, model regresi yang diterapkan dalam penelitian ini menunjukkan kualitas yang baik karena tidak terpengaruh oleh masalah tersebut.

3.2 Analisis Regresi Linier Berganda Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.837	3.823		2.312	0.022
	Kualitas Pelayanan	0.776	0.118	0.405	6.570	0.000
	Fasilitas	0.587	0.069	0.520	8.448	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 8.837 serta untuk kualitas pelayanan ( $\beta_1$ ) sebesar 0.776 serta Fasilitas ( $\beta_2$ ) sebesar 0.587. maka mendapatkan hasil persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Yang artinya:

- a. Nilai konstanta Kepuasan Pengunjung (Y) sejumlah 8.837 yang mengatakan bila tidak ada variabel X yaitu Kualitas Pelayanan serta Fasilitas maka Kepuasan Pengunjung adalah 8.837 dengan asumsi faktor lain konstanta.
- b. Koefisien  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) sebesar 0.776 artinya setiap terjadi peningkatan  $X_1$  maka akan memberikan pengaruh pada Kepuasan Pengunjung sebesar 77.6%.
- c. Koefisien  $X_2$  (Fasilitas) sebesar 0.587 dapat diartikan setiap meningkatnya Fasilitas akan mempengaruhi Kepuasan Pengunjung sebesar 58.7%.

Hasil dari regresi linier berganda diatas memperlihatkan bahwa *independent* yakni Kualitas Pelayanan serta Fasilitas berpengaruh terhadap variabel *dependent* yakni Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan.

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.837	3.823		2.312	0.022
	Kualitas Pelayanan	0.776	0.118	0.405	6.570	0.000
	Fasilitas	0.587	0.069	0.520	8.448	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Berdasarkan tabel 5, dengan menggunakan tingkat signifikansi 95% serta alpha 5%, serta derajat kebebasan (dk) yang dihitung dengan rumus  $n - k = 140 - 3 = 137$ , didapatkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.656. Dari sini kita bisa melihat perbandingan nilai  $t_{hitung}$  yang didapatkan dengan nilai  $t_{tabel}$  dalam mengamati apakah variabel- variabel yang diuji berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Kepuasan Pengunjung). Berikut hasilnya:

- a. Pengaruh  $X_1$  terhadap Y

Nilai  $t_{hitung}$  untuk Kualitas Pelayanan 6.570, yang lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $6.570 > 1.656$ ). Nilai

signifikansinya juga sangat kecil, yaitu 0.000, yang lebih kecil dari 0.05(0.000<0.05). Ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, jadi dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Pengaruh X<sub>2</sub> terhadap Y

Nilai t<sub>hitung</sub> untuk Fasilitas adalah 8.448, yang juga melebihi nilai t<sub>tabel</sub> 1.656 (8.448>1.656). Nilai signifikansinya yaitu 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05 (0.000<0.05). Dengan demikian maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima, yang berarti Fasilitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

3.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1716.922	2	858.461	65.400	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	1798.299	137	13.126		
	Total	3515.221	139			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan						

Dilihat dari tabel 6 dihasilkan nilai F<sub>hitung</sub> 65.400 yang lebih besar dari nilai F<sub>tabel</sub> sebesar 3.91 dengan tingkat signifikansi 0.001<0.05. Karena F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima yang bisa ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan serta Fasilitas memiliki pengaruh secara simultan serta signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* Kota Medan.

3.3.3 Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 7 Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 <sup>a</sup>	0.488	0.481	3.623
a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan				

Dari tabel 7 menampilkan hasil pengujian koefisien determinasi besarnya angka R<sup>2</sup> yaitu 0.488 yang memperlihatkan jika variabel *independent* yaitu Kualitas Pelayanan dan Fasilitas menjelaskan pengaruh terhadap variabel *dependent* yakni Kepuasan Pengunjung sebesar 0.488 atau 48.8% adapun sisanya 51.2% dipengaruhi dari faktor-faktor lainnya diluar dari variabel yang terdapat pada penelitian ini.

3.4 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Temuan dari penelitian yang dilaksanakan memperlihatkan jika Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Dimana bisa terlihat dari hasil uji regresi berganda Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh sejumlah 77.6% terhadap Kepuasan Pengunjung. Pengujian t juga mendapatkan nilai dari t<sub>hitung</sub> sebesar 6.570 > t<sub>tabel</sub> yaitu 1.656. Artinya Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung bukti dilihat melalui nilai signifikansi 0.000<0.05. Semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Pengunjung akan semakin tinggi juga.

2. Pengaruh Fasilitas (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Dalam penelitian ini didapat bahwasanya Fasilitas mempengaruhi Kepuasan Pengunjung. Dapat dilihat dari hasil uji regres berganda dimana Fasilitas mempengaruhi sebesar 0.587 atau 58.7% terhadap Kepuasan

Pengunjung. Hasil pada uji parsial (Uji t) juga memperlihatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8.448 lebih tinggi daripada nilai  $t_{tabel}$  1.656 pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Dengan begitu bisa dikatakan bahwasanya Fasilitas

mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung yang artinya semakin tinggi tingkat Fasilitas jadi akan diikuti dengan meningkatnya Kepuasan Pengunjung.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Dari hasil uji simultan (Uji F), maka didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 65.400 serta  $F_{tabel}$  sejumlah 3.06. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0.01 yakni lebih kecil dari 0.05, maka bisa disimpulkan bahwasanya Kualitas Pelayanan dan Fasilitas bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* yang diadakan oleh *We & Dream* di Kota Medan.

## 4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* yang diadakan oleh *Event Organizer We & Dream* pada Kota Medan, dari hal tersebut maka hipotesis pertama yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima. Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* yang diadakan oleh *Event Organizer We & Dream* di Kota Medan, berdasarkan hal tersebut maka hipotesis kedua yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* yang diadakan oleh *Event Organizer We & Dream* di Kota Medan, dari hal tersebut maka hipotesis ketiga yang dirumuskan oleh penulis dapat diterima

## Referensi

- [1] Abdullah, M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- [2] Algifari. (2019). Mengukur Kualitas Layanan. Yogyakarta: BPEE.
- [3] Gulo, E., Analisa Juanti, & Yunita. (2023). "Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Pameran Bifhex (Studi Kasus PT Indorich Expo Utama) Jakarta." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22619–22634.
- [4] Gulo, P., J. S. P., & Ritonga. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Event Pengukuhan dan Pelantikan Pengurus DPD Apresi Sumut (Studi Kasus CV 19PROMOSINDO Event Organizer Medan)." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22589–22602.
- [5] Hair, E. R., Black, F. J., Babin, C. W., & Anderson, J. B. (2010). *Multivariate Methods (Analysis)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [6] Halim, J. (2023). "Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung." *Keizei*, 4(1), 44–51.
- [7] Imam, F. (2024). "Indonesia Dinilai Memiliki Potensi Bisnis Event yang Menjanjikan." <https://www.suara.com/bisnis/2024/04/02/090000/indonesia-dinilai-memiliki-potensi-bisnis-event-yang-menjanjikan> (accessed Jul. 09, 2024).
- [8] Krisnanto, S. (2019). "Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20%." <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4237527/dunia-pariwisata-diprediksi-tak-lagi-sama-usai-pandemi-corona-covid-19> (accessed Jul. 10, 2024).
- [9] Nirwana. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- [10] Prihatin, Y. E. E., Alamsyah, A. R., & Handoko. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Event Organizer Cleopatra Management." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 43–47.
- [11] Rahman, A. (2017). "Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan." Vol. XVII, No. 2.
- [12] Rashwan, K. A. E. (2022). "The Impact of Conference Facilities on Attendee's Satisfaction." *International Journal of Tourism Archaeology and Hospitality*, 2(2), 179–189.
- [13] Savitri, C., et al. (2021). *Statistik Multivariat Dalam Riset*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- [14] Sulaksana, O. (2020). *Integrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Sulastiyono, A. (2019). *Manajemen Penyelenggara Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- [17] Widodo. (2021). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: Persada.
- [18] Zahra, E. al. (2022). "The Effect of Quality Service and Guest Star on Visitor Satisfaction at The Korean Wave 2022 Event."