

PENGARUH HARGA TIKET DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG EVENT MEDAN X BEAUTY 2024

Mayana Rabenna Situmorang¹, Enda Yunita Surbakti²

^{1,2)}Politeknik Negeri Medan

mayanarabennasitumorang@gmail.com, endasurbakti@polmed.ac.id

Abstrak

Event Medan X Beauty sebagai pameran kecantikan terbesar di Kota Medan menunjukkan peningkatan pengunjung signifikan dari 22.393 (2022) menjadi 29.126 (2024). Peningkatan ini menuntut penyelenggara untuk memenuhi harapan pengunjung, khususnya mengenai harga tiket dan fasilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengunjung pada Medan X Beauty 2024. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 pengunjung yang dipilih dengan teknik accidental sampling. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, harga tiket dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($\text{Sig. } 0,000$) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,427. Secara parsial, kedua variabel juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, dengan fasilitas sebagai variabel paling dominan (koefisien beta = 0,608). Disimpulkan bahwa persepsi pengunjung terhadap kelayakan harga tiket dan kualitas fasilitas merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan mereka selama acara.

Kata kunci: *Harga Tiket, Fasilitas, Kepuasan Pengunjung, Event Medan X Beauty*

1. Pendahuluan

Aktivitas MICE meliputi pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran yang memiliki nilai ekonomi tinggi karena dapat menarik pengunjung lokal dan internasional, mendorong pemasaran bisnis, dan menciptakan kesempatan kerja. Di Indonesia, peluang untuk mengembangkan industri MICE sangat besar cukup baik dan pasar yang luas.

Salah satu acara pameran yang rutin diadakan dan mendapatkan Perayaan yang besar adalah Medan X Beauty, bagian dari serangkaian pameran kecantikan tahunan yang diinisiasi oleh Female Daily Network. Medan X Beauty 2024 akan diadakan selama tiga hari, yaitu pada 1 hingga 3 November 2024. Acara ini menghadirkan puluhan merek kecantikan lokal dan internasional dari berbagai

kategori, termasuk perawatan kulit, makeup, perawatan tubuh, hingga perawatan rambut. Selain itu, para pengunjung dapat menikmati penawaran eksklusif, mencoba produk secara langsung, dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan menarik seperti talkshow, kelas kecantikan, diskusi bersama influencer beauty, dan sesi edukasi tentang kecantikan.

Tren yang terlihat adalah peningkatan jumlah pengunjung yang terus tumbuh setiap tahun, dari 22.393 orang di tahun 2022, menjadi 27.991 orang pada tahun 2023, dan mencapai 29.126 orang pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa, terutama wanita muda dan penggemar kecantikan di Medan dan sekitarnya, sangat antusias terhadap acara ini. Namun, peningkatan ini juga membawa tantangan baru bagi penyelenggara, terutama dalam memenuhi harapan terkait dengan kualitas pelaksanaan, yang berhubungan dengan harga tiket dan ketersediaan fasilitas. Berikut adalah kategori harga tiket Medan X Beauty selama tiga tahun terakhir:

Tabel 1. Harga Tiket Medan X Beauty

Tahun	Kategori	Keterangan	Harga
2022	Silver	Daily Pass (1 hari)	Rp30.000
	Gold	3-Day Pass (3 hari)	Rp50.000
	Platinum	3-Day Pass + Exclusive Tote Bag	Rp80.000
2023	Silver	Daily Pass (1 hari)	Rp30.000
	Gold	3-Day Pass (3 hari)	Rp50.000
	Platinum	3-Day Pass + Exclusive Tote Bag	Rp80.000
2024	Silver	Daily Pass (1 hari)	Rp30.000
	Gold	3-Day Pass (3 hari)	Rp80.000
	Platinum	3-Day Pass + Exclusive Tote Bag	Rp120.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Menimbulkan kekhawatiran karena dapat memengaruhi persepsi pengunjung terhadap nilai yang mereka terima dari biaya yang dikeluarkan. Kepuasan pengunjung

merupakan tolok ukur penting keberhasilan sebuah pameran. Pengunjung yang puas cenderung akan kembali, berbagi pengalaman positif, dan merekomendasikan acara.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Event Medan X Beauty 2024. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 100 orang pengunjung sebagai sampel, yang dipilih dengan teknik accidental sampling. Pengolahan data dilakukan dengan beberapa tahap analisis statistik, dimulai dari pengujian kualitas instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, hingga analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel. Hipotesis diuji secara parsial dan simultan menggunakan uji t dan uji F, sementara kontribusi pengaruh diukur dengan koefisien determinasi (R^2).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

A. Uji Validitas

Berdasarkan analisis validitas yang dilakukan dengan rumus Korrelasi Pearson Product Moment serta tingkat signifikansi 5%, berikut adalah ringkasan hasilnya:

- 1) Untuk Variabel Harga Tiket (X1), semua 11 item dianggap valid, karena setiap item memiliki r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel (0,361).
- 2) Untuk Variabel Fasilitas (X2), total 9 item juga dinyatakan valid, karena semuanya memiliki r-hitung yang lebih tinggi dibandingkan r-tabel (0,361).
- 3) Untuk Variabel Kepuasan Pengunjung (Y), keseluruhan 9 item juga dianggap valid, karena semuanya memiliki r-hitung yang lebih tinggi dari r-tabel (0,361).

B. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga Tiket (X1)	0,915	Sangat Reliabel
Fasilitas (X2)	0,938	Sangat Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,841	Sangat Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang diterapkan dalam studi ini, termasuk variabel Harga Tiket, Fasilitas, dan Kepuasan Pengunjung, menunjukkan tingkat keandalan yang sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa

kuesioner yang digunakan adalah stabil dan bisa diandalkan untuk mengevaluasi setiap variabel dalam penelitian ini.

C. Uji Normalitas

Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa data menunjukkan distribusi normal. Selain grafik yang telah disebutkan, ada juga metode lain dalam Uji Normalitas yaitu pendekatan Kolmogorov Smirnov yang sesungguhnya.

D. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.060	1.374		.771	.442
	HARGA	-.002	.020	-.012	-.113	.911
	TIKET					
	FASILITAS	-.011	.024	-.048	-.466	.642
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Hasil studi menunjukkan bahwa nilai yang penting melebihi 0,05. Maka dari itu, model regresi dinyatakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

E. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	22.466	1.658		13.552	.000		
	HARGA	.113	.025	.352	4.587	.000	.983	1.017
	TIKET							
	FASILITAS	.230	.029	.608	7.923	.000	.983	1.017
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG								

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025



Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai toleransi di atas 0 dan VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model.

F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.466	1.658		13.552	.000
	HARGA TIKET	.113	.025	.352	4.587	.000
	FASILITAS	.230	.029	.608	7.923	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, rumus regresi linier yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 22,466 + 0,113X_1 + 0,230X_2 + e$$

Rumus regresi ini dapat dijelaskan dengan cara berikut:

- Konstanta yang diperoleh adalah 22,466, yang menunjukkan bahwa jika nilai dari variabel independen adalah 0 (konstan), maka nilai variabel dependen menjadi 22,466.
- Nilai positif dari konstanta 22,466 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.
- Koefisien regresi untuk harga tiket (X_1) yang nilainya positif 0,113 menunjukkan bahwa harga tiket memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengunjung acara. Ini berarti bahwa jika pengunjung memiliki pandangan lebih baik tentang harga tiket, tingkat kepuasan mereka juga akan meningkat, dan sebaliknya.
- Koefisien regresi untuk fasilitas (X_2) yang memiliki nilai positif 0,230 menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan pengunjung acara secara positif.
- Nilai Koefisien Beta Standar menunjukkan bahwa pengaruh Fasilitas ($\text{Beta} = 0,608$) lebih besar dibandingkan dengan pengaruh Harga Tiket ($\text{Beta} = 0,352$) terhadap kepuasan pengunjung.

G. Uji T (Secara Parsial)



Berdasarkan data yang terdapat dalam studi yang disediakan, kita dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Ketika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, ini menandakan adanya pengaruh yang signifikan. Jika nilai signifikansi tepat 0,05, untuk mengevaluasi apakah variabel independen memiliki dampak terhadap variabel dependen, kita perlu membandingkan nilai t yang dihitung dengan t tabel. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) tidak diterima.

H. Uji F (Secara Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dengan tingkat kepercayaan mencapai 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari batas signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, menunjukkan bahwa variabel independen (harga tiket dan fasilitas) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan pengunjung).

I. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Hasil dari analisis regresi memperlihatkan bahwa koefisien determinasi (R^2) berjumlah 0,427. Hal ini menunjukkan bahwa 42,7% dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga tiket serta fasilitas yang tersedia, sementara sisanya berasal dari faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam studi ini.

Pembahasan

1) Pengaruh Harga Tiket terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga tiket berperan penting dalam menentukan kepuasan peserta di acara Medan X Beauty 2024, dengan nilai signifikansi yang tercatat sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi 0,113. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun harga tiket bervariasi selama acara, para pengunjung tetap melihat harga sebagai elemen penting yang mempengaruhi kepuasan mereka. Arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa ketika pengunjung merasa bahwa harga tiket sebanding dengan manfaat yang didapat, maka tingkat kepuasan mereka juga akan meningkat.

Temuan ini sejalan dengan teori nilai konsumen yang menjelaskan bahwa pandangan tentang keselarasan antara biaya dan keuntungan akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Tjiptono & Diana, 2022). Saat pengunjung merasa bahwa jumlah uang yang mereka keluarkan memberikan pengalaman dan layanan yang memadai, maka mereka akan lebih cenderung merasa puas dan mungkin akan kembali untuk menghadiri acara yang serupa.

2) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Analisis uji t, terlihat bahwa fasilitas memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien regresi mencapai 0,230. Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan salah satu elemen kunci yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Aspek fasilitas yang dinilai oleh pengunjung meliputi kelengkapan, kebersihan, fungsi, dan kemudahan penggunaannya. Ketika fasilitas seperti toilet, ruang istirahat, booth, dan sistem antrean beroperasi dengan baik dan memenuhi harapan pengunjung, maka hal ini dapat meningkatkan kenyamanan serta persepsi terhadap kualitas acara.

Temuan ini sejalan dengan teori yang diajukan oleh Salim dkk (2023) serta Gulo & Yunita (2023) yang menyatakan bahwa fasilitas yang memenuhi standar berhak memberikan kontribusi langsung terhadap kepuasan konsumen dalam konteks layanan jasa dan acara. Secara empiris, Hasil penelitian ini juga sejalan dengan sejumlah studi yang telah dilakukan sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Vebriana Fitria Sagita Sari (2020), Josua May Rio Pakpahan (2024), serta Yonnata (2024). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap tingkat kepuasan dibandingkan variabel lain seperti harga atau daya tarik.

3) Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung

Temuan dari analisis F dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa tarif tiket dan layanan yang disediakan memiliki pengaruh yang berarti secara bersamaan terhadap kepuasan pengunjung, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F yang terukur mencapai 37,833. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) yang mencapai 0,427 mengindikasikan bahwa sejumlah 42,7% perubahan dalam kepuasan pengunjung bisa dijelaskan oleh kedua faktor tersebut.

Dengan demikian, kombinasi strategi harga yang tepat dan fasilitas yang baik secara simultan berdampak besar dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran jasa, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dibentuk oleh persepsi nilai dari harga dan kualitas layanan (Fatihudin & Firmansyah, 2019; Tirtayasa et al., 2024), serta memperkuat penelitian Yuliana & Hartono (2023) bahwa integrasi kedua faktor ini menciptakan pengalaman yang menyeluruh dan memuaskan. Dalam konteks Event Medan X Beauty 2024, hal ini mengonfirmasi bahwa penilaian pengunjung terhadap acara bersifat multidimensi, di mana mereka mempertimbangkan integrasi berbagai elemen yang mendukung pengalaman keseluruhan.

4. Kesimpulan



Simpulan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa baik harga tiket maupun fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Event Medan X Beauty 2024. Secara bersama-sama, kedua variabel ini menjelaskan 42,7% dari variasi kepuasan pengunjung ($R^2 = 0,427$). Dari kedua faktor tersebut, fasilitas terbukti sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan. Temuan ini menggarisbawahi bahwa pengunjung mempersepsikan nilai acara dari keseimbangan antara harga tiket dengan kualitas fasilitas—seperti kenyamanan, kebersihan, dan kelengkapan—yang diberikan, yang pada akhirnya menciptakan pengalaman positif secara keseluruhan.

5. Daftar Pustaka

- Abdullah, T., Siregar, S., & Hasibuan, A. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Astuti, R. T., & Pramudyo, H. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap nilai pelanggan dan dampaknya pada kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–16.
- Daengs, A. (2023). *Ekonomi manajerial*. Unitomo Press.
- Fitria Sari, V., & Harti. (2020). Pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 123–130.
- Gulo, J. A., & Yunita, D. (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.
- Harjadi, D., & Fitriani, K. L. (2024). *Marketing: Teori dan konsep*. PT Arr Rad Pratama.
- Indriani, C. D. (2023). Pengaruh harga tiket, fasilitas dan daya tarik terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Pangandaran. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(3), 144–152.
- Karinda, K. (2023). *Sosiologi pemerintahan*. CV. Diva Pustaka.
- Mujito, Muharam, H., & Adyas, D. (2020). *Manajemen pemasaran: Sebuah pengantar untuk pemula*. Edu Publisher.
- Nugroho, R. A., & Mulyono, H. (2021). Analisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 120–128.
- Nurmartiani, E. (2024). *Customer relationship management*. Literasi Insan Citra.
- Pakpahan, J. M. R. (2024). Pengaruh daya tarik, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Bukit Holbung. *Jurnal Ilmu Pariwisata Terapan*, 8(1), 20–29.
- Permana, V. K. (2019). *Desain interior*. UNJ Press.



- Pratomo, D., Siregar, R., & Lestari, P. (2023). *Data kependudukan dalam pemenuhan fasilitas sosial dan ekonomi: Studi kota Medan*. Merdeka Kreasi Group.
- Puspaningrum, A. (2021). *Kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Media Nusa Creative.
- Putro, S., Wijaya, B., & Santoso, F. (2019). *Pengantar ilmu bisnis*. Penerbit Lakeisha.
- Rizky, M. A., & Sari, D. N. (2022). Analisis dimensi kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pada event pariwisata lokal. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 12(1), 45–56.
- Sahir, H. S. (2022). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Salim, A., & Haidir. (2019). *Penelitian pendidikan: Metode, pendekatan, dan jenis*. Kencana.
- Salim, E., Ali, H., & Yuslami. (2023). *Optimalisasi minat mengunjungi destinasi wisata*. CV Gita Lentera.
- Saputra, D. R., & Lestari, N. P. (2022). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung event pariwisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 23–32.
- Sinar Pagi News. (2021, 16 Juli). *Berawal dari Hobi, Hanifa Ambadar Sukses Jadi CEO Female Daily Network*. Diambil kembali dari <https://sinarpaginews.com/ragam/41638/berawal-dari-hobi-hanifa-ambadar-sukses-jadi-ceo-female-daily-network.html>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyatno, S., & Anjarsari, P. D. (2023). *Manajemen pemasaran jasa*. Pustakabarupress.
- Tirtayasa, S., Khair, H., & Satria, Y. (2024). *Manajemen pemasaran dalam memoderasi minat beli mobil listrik*. UMSU Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan strategi kepuasan pelanggan*. ANDI Yogyakarta.
- Yuliana, F., & Hartono, B. (2023). Pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan event hiburan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(3), 145–155.

