

# PENGARUH AKSESIBILITAS DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH ADORA CONVENTION HALL SEBAGAI VENUE KEGIATAN EVENT DI MEDAN

Winny Obeliyanti Purba<sup>1</sup>, Jumjuma<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Negeri Medan

[winnyobeliyanti01@gmail.com](mailto:winnyobeliyanti01@gmail.com), [jumjuma@polmed.ac.id](mailto:jumjuma@polmed.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam memilih Adora Convention Hall di Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 orang responden yang pernah menggunakan jasa venue tersebut, yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, baik aksesibilitas maupun fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk variabel aksesibilitas sebesar 0,043 (< 0,05) dan untuk variabel fasilitas sebesar 0,001 (< 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pada aspek aksesibilitas (seperti jalan dan parkir) dan kualitas fasilitas akan secara signifikan meningkatkan minat konsumen dalam memilih Adora Convention Hall sebagai tempat penyelenggaraan acara.

**Kata kunci:** Aksesibilitas, Fasilitas, Keputusan Konsumen, Adora Convention Hall

## 1. Pendahuluan

Industri event adalah salah satu segmen dari sektor layanan yang tumbuh pesat dan memainkan peranan penting dalam mendorong kemajuan ekonomi kreatif serta memperkuat aktivitas sosial dan bisnis. Acara tidak hanya dilihat sebagai bentuk hiburan, tetapi juga mencakup berbagai jenis aktivitas, baik formal maupun informal. Ini termasuk pelatihan, seminar, pameran, pernikahan, konferensi perusahaan, dan kegiatan yang tergolong dalam kategori (MICE).

Industri ini menjadi tulang punggung ekonomi karena mampu memberikan dampak yang besar terhadap berbagai sektor terkait, seperti akomodasi, transportasi, katering, penyewaan peralatan. Dengan meningkatnya jumlah acara yang diadakan, akan terjadi peningkatan mobilitas masyarakat, konsumsi jasa, dan aktivitas ekonomi di sekitar lokasi acara, sehingga peran industri event semakin penting dalam konteks pembangunan ekonomi kreatif.

Adora Convention Hall hadir sebagai salah satu tempat penyelenggaraan acara di kota Medan yang menawarkan berbagai pilihan ruangan sesuai kebutuhan

penyelenggara. Terletak di Jalan Harmonika Baru No.7, Medan Selayang, venue ini dapat digunakan untuk acara berskala kecil hingga besar, baik formal maupun non-formal. Adora Convention Hall menyediakan beberapa ruangan dengan berbagai kapasitas dan fasilitas.

Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Adora Convention Hall sebagai tempat penyelenggaraan acara. Sekaligus memberikan rekomendasi strategis dan Adora Convention Hall di tengah persaingan industri venue di kota Medan.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menjabarkan setiap variabel secara operasional ke dalam indikator yang dapat diukur secara sistematis dan objektif menggunakan kuesioner berbasis Skala Likert. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen yang telah menggunakan Adora Convention Hall Medan dari tahun 2024 hingga Agustus 2025, dengan sampel sebanyak 80 responden yang dipilih dari populasi tersebut. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode regresi linier berganda, yang mencakup pengujian t untuk pengaruh parsial, pengujian F untuk pengaruh simultan, serta koefisien determinasi untuk mengukur kekuatan pengaruh variabel. Seluruh alur penelitian ini dijadikan pedoman agar pelaksanaan dan hasilnya tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil**

#### **A. Uji Validitas**

Berdasarkan jumlah peserta yang mengikuti uji validitas, setidaknya ada 30 orang, derajat kebebasan dihitung sebagai 30 dikurangi 2 yang menghasilkan 28, serta tingkat signifikansi untuk uji dua arah ditentukan pada 0,05, sehingga diperoleh nilai r sebesar 0,361.

#### **B. Uji Reliabilitas**

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa semua item variabel dalam masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

#### **C. Uji Normalitas**

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) adalah 0,096, yang lebih besar daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian mengikuti pola distribusi normal. Data residual terlihat mendekati bentuk distribusi normal.

#### **D. Uji Multikolinearitas**

Toleransi untuk kedua variabel independen, Aksesibilitas (X1) dan Fasilitas (X2), adalah 0,402, sedangkan rata-rata VIF (Variance Inflation Factor) adalah 2,487.

#### **E. Uji Heteroskedasitas**

Dalam studi ini, analisis heteroskedasitas dilaksanakan dengan metode Korelasi Spearman, yaitu dengan mengevaluasi hubungan antara nilai residual dan nilai variabel independen. Nilai signifikansi Sig. (2-tailed) antara residual dengan setiap variabel adalah sebagai berikut:

- Saat mempertimbangkan variabel aksesibilitas (X1), nilai signifikansi tercatat  $0,459 > 0,05$ , sehingga tidak terdapat isu heteroskedasitas.
- Berkaitan dengan variabel fasilitas (X2), nilai signifikansi tercatat  $0,589 > 0,05$ , yang menunjukkan tidak ada masalah heteroskedasitas.

## F. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	15.196	4.364		3.482	.001		
Aksesibilitas	.282	.137	.272	2.061	.043	.402	2.487
Fasilitas	.284	.084	.445	3.372	.001	.402	2.487

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Persamaan regresi linier berganda yang bisa didapat dari Tabel 4. 1 adalah seperti ini:

$$Y = 15,196 + 0,282X1 + 0,284X2$$

Penjelasan berikut berlaku untuk hasil persamaan linier berganda ini:

- Konstanta 15,196 menandakan bahwa pilihan konsumen akan menjadi 15,196 jika variabel aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X2) dianggap nol.
- Koefisien aksesibilitas (X1) bernilai positif sebesar 0,282, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi semua faktor lain tetap sama, pilihan konsumen akan meningkat sebesar 0,282 satuan untuk setiap peningkatan satuan aksesibilitas.

Dengan demikian, baik variabel Aksesibilitas (X1) maupun Fasilitas (X2) terbukti memberikan dampak positif terhadap Keputusan Konsumen.

## G. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel Aksesibilitas (X1) dengan nilai t 2,061 dan tingkat signifikansi 0,043 terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y) dalam memilih Adora Convention Hall, karena signifikansinya lebih rendah dari 0,05. Selain itu, variabel Fasilitas (X2) yang mencapai nilai t 3,372 dengan tingkat signifikansi 0,001 juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih tempat tersebut. Dengan kata lain, kedua variabel, yaitu aksesibilitas dan fasilitas, memberikan kontribusi yang signifikan dalam memengaruhi pilihan konsumen untuk menjadikan Adora Convention Hall sebagai lokasi acara.

## H. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hal ini berdasarkan nilai F hitung sebesar 32,792 dan signifikansi sebesar 0,000 pada  $\alpha$  0,05. Dengan nilai F hitung sebesar 32,792 yang lebih besar dari nilai F kritis dan signifikansi rata-rata sebesar 0,000 yang terletak di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dimaksud signifikan secara statistik.

## I. Hasil Uji Determinasi (R2)

**Tabel 2. Hasil Uji Determinasi (R2)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 <sup>a</sup>	.460	.446	3.284

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Aksesibilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Menurut tabel Ringkasan Model, nilai R Square yang telah disesuaikan mencapai 0,446 atau 44,6%. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan pada variabel Keputusan Konsumen (Y) dapat diungkapkan melalui dua variabel independen, yakni Aksesibilitas (X1) dan Fasilitas (X2). Sementara itu, 55,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### 1) Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil dari analisis regresi ganda dan uji t, diperoleh data bahwa variabel Aksesibilitas (X1) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y) dalam memilih Adora Convention Hall sebagai tempat acara di Medan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi untuk aksesibilitas yang mencapai 0,282, dan nilai t yang didapat adalah 2,061, yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,991. Menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik.

Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas, yang mencakup faktor waktu, peluang, frekuensi, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh Adora Convention Hall, sudah berada pada tingkat yang baik dan memiliki venue tersebut. Dari analisis rata-rata hasil rekap data pada indikator variabel aksesibilitas, juga terlihat bahwa indeks waktu dan kenyamanan mendapatkan penilaian lebih tinggi daripada indikator lainnya. Kesimpulannya adalah bahwa kedua aspek ini memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mendukung keputusan konsumen untuk memilih Adora Convention Hall.

#### 2) Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan analisis dari uji regresi linear berganda serta uji t, terlihat bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) ketika memilih Adora Convention Hall sebagai lokasi acara di Medan. Bukti ini bisa dilihat dari koefisien regresi fasilitas yang sebesar 0,284 dan nilai t yang diperoleh yaitu 3,372, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,991.

Selain itu, nilai signifikansi yang ada adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, artinya hubungan ini memiliki arti secara statistik.

Yang terdiri dari indikator seperti kapasitas, layout, layanan, biaya ruangan, keamanan, dan ketersediaan yang dimiliki Adora Convention Hall sudah cukup baik dan secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih venue tersebut.

Dari rata-rata hasil rekapitulasi indikator variabel fasilitas, terlihat bahwa indikator keamanan dan ketersediaan mendapatkan skor lebih tinggi dibandingkan indikator lainnya.

### 3) Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas secara terhadap Keputusan Konsumen

Dari analisis terhadap masing-masing variabel, tampak bahwa nilai t yang dihitung melebihi t tabel yang sebesar 1,991, nilai signifikansinya berada di bawah 0,05. Ini menunjukkan bahwa semakin baik aksesibilitas dan fasilitas yang disediakan di Adora Convention Hall, maka semakin besar keinginan konsumen untuk memilih lokasi itu sebagai tempat untuk mengadakan acara.

Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa keputusan konsumen (Y) untuk memilih Adora Convention Hall sebagai lokasi acara sangat dipengaruhi oleh kualitas aksesibilitas dan fasilitas yang disediakan. Oleh karena itu, manajemen perlu terus memperbaiki kedua aspek ini guna mempertahankan dan menarik minat lebih banyak konsumen.

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa baik aksesibilitas maupun fasilitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Adora Convention Hall. Secara spesifik, temuan penelitian menunjukkan bahwa:

- Aksesibilitas yang lebih baik, yang dicirikan oleh kemudahan mencapai lokasi dan kenyamanan akses, secara signifikan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk memilih Adora Convention Hall.
- Fasilitas yang unggul, meliputi kualitas ruangan, kelengkapan layanan, dan dukungan fasilitas pendukung, juga terbukti menjadi faktor penentu yang kuat dalam keputusan konsumen.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kedua variabel ini merupakan pertimbangan kritis bagi konsumen dan berperan penting dalam membentuk preferensi mereka terhadap Adora Convention Hall.

### 5. Daftar Pustaka

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Dharsana, M. T., & Aswar, N. F. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit K-Media.

- Estikowati, S. A., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *Pengantar ilmu pariwisata (Sejarah, jenis, macam, dampak, dan istilah dalam pariwisata)*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 26 (Ed. 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Karinda, K. (2023). *Sosiologi Pemerintahan*. CV. Diva Pustaka.
- Khairani, Z., Soviyanti, E., & Kamilah, F. (2022). Pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Zuri Lahat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 20(2), 125–132.
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali (Studi kasus pada objek wisata budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Lubis, M. R., Dalimunthe, F. I., & Gaol, J. L. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Medan International Convention Center sebagai lokasi kegiatan MICE. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 195–208.
- Mulyanto. (2022). Aksesibilitas dan faktor-faktor lain terhadap keputusan pembelian properti residensial. *Neraca: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 101–110. <https://doi.org/10.30651/neraca.v6i2.2494>
- Murtiningsih, D., & Marlpa, E. (2025). *Buku ajar perilaku konsumen*. Deepublish Digital. [https://fliphml5.com/jsgma/dplt/Buku\\_Ajar\\_Perilaku\\_Konsumen\\_EBOOK\\_FUL\\_L\\_ISBN/](https://fliphml5.com/jsgma/dplt/Buku_Ajar_Perilaku_Konsumen_EBOOK_FUL_L_ISBN/)
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Aksesibilitas dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Karang Jahe, Kabupaten Rembang. *Jurnal Teknik PWK*, 7(4), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk/article/view/23041>
- Ningsih, S., & Listyani, I. (2020). Pengaruh fasilitas kerja dan komunikasi kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 56–64.
- Novra, E., Haya, N., Rahmaniar, R., Hidayat, D., Choerudin, A., Nova, S. M., Chandra, F., Fasandra, F., Edison, E., Tiku Pasang, O., & Sukmareni, S. (2021). *Manajemen Pariwisata*. CV. Gita Lentera.
- Permana, V. K. (2019). *Desain interior*. UNJ Press.
- Pratomo, L. A., Siregar, B., Hasibuan, R., & Sembiring, M. (2023). *Data kependudukan dalam pemenuhan fasilitas sosial dan ekonomi: Studi kota Medan*. Merdeka Kreasi Group.
- Rashwan, K. (2022). The impact of conference facilities on attendees' satisfaction. *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 2(2), 1–20. <https://doi.org/10.21608/ijtah.2022.171024.1014>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 2)*. Alfabeta.

Syafrida, E., Zainuddin, M., & Sari, N. M. (2022). *Metodologi penelitian*. Yayasan Kita Menulis.

Zahrani, A., Roosmawarni, A., & Senoaji, F. (2024). Analisis pengaruh motif rasional, motif emosional, dan perceived value terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 161–171. <https://doi.org/10.30651/imp.v4i2.23907>

