

Pengaruh Venue dan Design Layout terhadap Keputusan Pembelian Jasa pada CV Muda Art Project Event Organizer

Desi Yanti¹, Agus Mariani Saragih²

¹ Politeknik Negeri Medan, Indonesia; desiyanti@students.polmed.ac.id

² Politeknik Negeri Medan, Indonesia; agusmariani@polmed.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

venue;
design Layout;
purchase Decision of Services;
event Organizer

Article history:

Received 2024-11-19

Revised 2024-12-18

Accepted 2025-01-19

ABSTRACT

Venue is a place where an event or activity takes place, which has various facilities and physical characteristics that can influence consumer decisions. Layout design is determining the layout design for certain elements in the venue so that it produces attractive and functional visuals. This research aims to find out whether there is an influence of venue and layout design on the decision to purchase event services at CV Muda Art Project Event Organizer. This research is a type of associative research that uses quantitative data. The research sample consisted of 61 people, namely CV Muda Art Project clients from 2017 to 2024. The data analysis technique used was multiple linear regression with partial hypothesis testing (t test), simultaneous test (F test), and coefficient of determination. The results of this research show that the venue has a positive and partially insignificant influence according to the obtained t-value of (1,709) while the layout design has a positive and significant influence on the decision to purchase services with the obtained t-value of (3,392). Simultaneously the venue and layout design have a significant influence on the decision to purchase services at CV Muda Art Project Event Organizer as evidenced by the F-calculation value of (20,658) and a determination coefficient (R square) of (41.6%), with the remaining (58.4%) explained by other variables not examined.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Desi Yanti

Politeknik Negeri Medan, Indonesia; desiyanti@students.polmed.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition* (MICE) di Indonesia tidaklah diragukan lagi keberadaanya, dan *Event Organizer* (EO) merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar atas perkembangan tersebut. Perusahaan *event organizer* tersebar di berbagai daerah, terutama di kota-kota besar di Indonesia. Kota Medan sebagai salah satu kota besar memiliki banyak perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer*.

CV Muda Art Project *event organizer* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri *event organizer* yang berada di kota Medan yang terbentuk sejak tahun 2015, CV Muda Art Project *event organizer* memberikan layanan jasa acara dalam bentuk *meeting and conferences, exhibition, expo, product launching, anniversary corporate product, brand activation, outbond and outing dan family gathering*. Beberapa *event* yang diselenggarakan oleh CV Muda Art Project berasal dari permintaan kliennya sendiri. Jumlah *event* yang diselenggarakan CV Muda Art Project dari tahun 2017- 2024 adalah 107 *event*. Adapun jumlah klien CV Muda Art Project dalam 8 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 1. Jumlah klien CV Muda Art Project pada tahun 2017-2024

No	Tahun	Jumlah Klien
1.	2017	19
2.	2018	7
3.	2019	5
4.	2020	4
5.	2021	2
6.	2022	11
7.	2023	11
8.	2024	2

Sumber: Muda Art Project, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa CV Muda Art Project memiliki pasar potensial untuk menjual jasa penyelenggara *event* terutama di bidang MICE. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian jasa *event organizer*. Oleh karena itu, para pelaku bisnis *event organizer* perlu lebih kreatif dalam mencermati faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi niat pembelian jasa klien nya. Keputusan pembelian jasa sangat penting bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan khususnya *event organizer*.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Menurut Panji Ragatirta and Tiningrum (2020:143) keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku klien jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah klien dalam mengambil keputusan menjadi elemen penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Keputusan klien untuk menggunakan suatu jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendasarinya, antara lain *venue* dan *design layout* yang ditawarkan pelaku usaha *event organizer*.

Menurut Saraswati and Syah (2023:124) *Event venue* merupakan tempat atau lokasi berlangsungnya suatu acara yang dirancang dan dikelola oleh *event organizer*. Kunci kesuksesan sebuah *event* salah satunya karena didukung oleh pemilihan *venue* yang tepat dan sesuai dengan jenis *eventnya*. Secara umum, *venue* merujuk pada lokasi atau tempat yang digunakan untuk menyelenggarakan suatu acara atau kegiatan. Dalam bahasa Inggris, istilah “*venue*” sering dipakai untuk menggambarkan lokasi pertunjukan, seperti aula konser, stadion, atau ruang konferensi. *Venue* memiliki peran krusial dalam keberhasilan suatu acara, di mana pemilihan lokasi yang sesuai dapat menciptakan pengalaman yang positif dan mendukung kesuksesan acara bagi para peserta. *Venue* yang ditawarkan Muda Art Project sangat bervariasi dan disesuaikan dengan kebutuhan setiap *event* yang diselenggarakan. Muda Art Project seringkali menawarkan venue di Mall seperti Plaza Medan Fair, Sun Plaza dan Hotel seperti Santika Dyandra, Hotel Niagara Parapat dan lainnya. Muda Art Project juga menyesuaikan *design layout* dengan tempat atau *venue* dari suatu *event* yang akan dilaksanakan.

Pengertian *layout* secara umum adalah suatu penentuan desain tata letak unsur-unsur tertentu sehingga menghasilkan suatu visual yang menarik. Sebuah *layout* biasanya dibuat oleh desainer/developer visual. Tujuan pembuatan *layout* adalah untuk menyajikan berbagai elemen desain seperti gambar dan juga teks yang mampu menyajikan informasi yang dapat dicerna oleh orang yang melihatnya.

Dalam dunia *event*, *design layout* adalah penataan tata letak secara artistik menggunakan media yang telah ditentukan sebelumnya untuk menempatkan elemen *design* yang relevan dalam sebuah ruang/bidang yaitu *venue* (tempat diadakannya *event*). Menurut (Pipit Mulyiah dkk, 2020:30) tujuan utama pembuatan *design layout event* adalah untuk menyajikan elemen gambar dan teks sedemikian rupa sehingga memudahkan pembaca dalam menyampaikan dan menerima informasi yang disajikan.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah *event* yang diselenggarakan oleh Muda *Art Project event organizer* sangat banyak. Namun, terdapat penurunan pembelian jasa oleh klien pada tahun 2018 hingga 2024. Hal ini terjadi terutama karena klien yang menggunakan jasa CV Muda *Art Project* kebanyakan adalah klien yang sama dan CV Muda *Art Project* sedikit mendapat tawaran dari klien baru. Kemudian, pembatasan sosial yang terjadi pada masa pandemi COVID-19 juga mempengaruhi turunnya angka pembelian jasa CV Muda *Art Project event organizer*. Mengenai topik tersebut, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa staf Muda *Art Project* bahwa banyak klien yang memberikan tanggapan mengenai pilihan *venue* yang ditawarkan perusahaan sangat bagus, dan beberapa masukan mengenai *design layout* yang dinilai monoton/kurang fleksibel yang sebaiknya diberi penambahan model *design layout* yang lebih bervariasi. Oleh karena itu, *venue* dan *design layout venue* menjadi pertimbangan yang kuat untuk keputusan pembelian yang dilakukan oleh klien. Maka penulis merancang penelitian yang berjudul “Pengaruh *Venue* dan *Design layout* terhadap Keputusan Pembelian Jasa CV Muda *Art Project Event Organizer*”.

2. METODE

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV Muda *Art Project event organizer* yang beralamat di Jalan Komplek Bumi Asri blok D No. 66, Cinta Damai, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123. Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu 3 bulan pada bulan Mei – Juli 2024.

2.2 Variabel Penelitian

Variabel merujuk pada atribut, sifat, atau nilai dari individu atau kegiatan yang memiliki variasi dan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab munculnya variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Venue* (X1) dan *Design layout* (X2).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian jasa (Y), yang dianggap sebagai variabel dependen.

2.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa *event* Muda *Art Project event organizer* yang diambil dari data tahun 2017 sampai bulan Mei 2024 sebanyak 61 pengguna jasa *event* CV Muda *Art project event organizer*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari populasi yang diambil berdasarkan jumlah dan karakteristik tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling* jenuh yaitu jumlah sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yaitu 61 klien yang telah menggunakan jasa *event Muda Art Project event organizer*

2.4 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, sedangkan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari berbagai cara dalam dua bagian, yaitu data primer yang nantinya data diperoleh langsung dari responden yaitu konsumen yang berpengaruh dalam pembelian jasa *Muda Art Project event organizer*, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal dan internet untuk mendukung penelitian ini

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian dengan melakukan observasi & memberikan angket untuk dijawab responden. Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, digunakan kuisioner sebagai instrumen utama. Kuisioner merupakan daftar pertanyaan secara tertulis yang disusun terstruktur, diisi oleh responden berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan. Kuisioner nantinya akan dibuat dari *platform google form* lalu akan disebarluaskan via *link* internet. Jawaban dari responden inilah yang nantinya akan dijadikan sebagai data primer dalam penelitian. Skala yang digunakan untuk mengukur data dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* merupakan suatu skala yang mengukur kesetujuan/ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan keyakinan/perilaku mengenai suatu objek tertentu. Adapun penyusunan skala *likert* pada penelitian ini dapat terlihat seperti tabel dibawah ini:

Table 2. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Rensis Likert, 2024

Untuk pengumpulan data sesuai dengan variabel yang digunakan maka disusunlah operasional variabel. Menurut Sugiyono (2017:38) definisi operasional variabel merupakan penentuan kontrak/sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menggambarkan metode spesifik yang diterapkan dalam penelitian & mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama/mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

Berikut tabel yang berisi variabel, definisi & indikator dalam penelitian ini:

Table 3. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Venue</i> (X ₁)	Menurut Philip Berners (2019) mengemukakan bahwa “ <i>event venue</i> adalah tempat kegiatan atau lokasi berlangsungnya suatu acara yang dirancang dan dikelola oleh <i>event organizer</i> ”.	Akses Visibilitas Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman. Lalu lintas (<i>traffic</i>). Lingkungan (Tjiptono dalam Rahayu, 2023)	<i>Likert</i>
2.	<i>Design layout</i> (X ₂)	<i>Design layout</i> menurut Rustan (2019) dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen <i>design</i> dalam suatu area tertentu pada media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan .	<i>Material Handling Equip Capacity and Space Requirements Environment and Aesthetic Flows of Information Cost of Moving Between Various Work Areas</i> Heizer, Render dan Munson (2017)	<i>Likert</i>
3.	Keputusan Pembelian jasa (Y)	Danang (2020) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan sebagai proses kognitif yang menggabungkan memori, pikiran, pemrosesan informasi dan penilaian evaluatif	Pemilihan jasa Pemilihan merek . Waktu pengguna jasa <i>event</i> Metode pembayaran <i>event</i> Kotler dan Amstrong dalam Fitri Aisyah (2023)	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

2.6 Teknik Pengolahan Data

Uji validitas & reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Pengujian dianggap valid jika mampu secara akurat mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata/benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya. Sebuah pengukuran dianggap konsisten jika hasilnya tidak berbeda meskipun dilakukan beberapa kali pada subjek yang sama.

1. Uji Validitas

Uji Validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

Sampel untuk melakukan pengujian validitas adalah sampel yang memiliki kriteria yang sama dengan sampel asli. Namun, sampel validitas tidak boleh sampel asli penelitian itu sendiri dan haruslah diluar dari sampel asli. Oleh karena itu, penulis mengambil sampel validitas untuk penelitian ini adalah klien-klien CV Muda Art Project Event Organizer yang menggunakan jasa *event* serta melakukan keputusan pembelian jasa *event* pada CV Muda Art Project dari tahun 2015-2016. Berikut merupakan tabel sampel validitas pada yang digunakan dalam penelitian ini:

Table 4. Data klien CV Muda Art Project tahun 2015-2016

1	PT. Markplus Corp,	Markplus Marketeers	2016
2	PT AJ Central Asia Raya	TOP Agent Awards AAJI	2016
3	MNC Play	Puteri Indonesia Sumatera Utara	2016
4	PT Schneider Electric Manufactur	Schneider Solution World Gathering	2016
5	BNI	BNI VIP Gathering	2016
6	Femina Group	VIP Gathering	2016
7	KFC	KFC Nobar Piala Dunia	2016
8	PT. Vivo Mobile Indonesia	Launching Vivo V5	2016
9	PT Indosat Tbk.	INDOSAT VIP Gathering	2016
10	PT Santos Jaya Abadi	Kapal Api Activation	2016
11	Telkomsel	Pisah Sambut EVP Telkomsel Area Sumatera	2016
12	SAC Panca Budi	LG - SAC Partner Gathering	2016
13	Satuan Brotherhood otomotif dan musik	Battle of Modification	2016
14	Millenium Games	Millenium Games and Hobbies Adventure	2016
15	OJK	OJK Roadshow Sosialisasi	2016
16	LIMA Group	Liga Mahasiswa - Basket Competition	2016
17	PT Nutrifood Indonesia	L-Men 3x3 Copetition Tour	2016
18	PT. Epson Indonesia	Epson Solution Day	2016
19	PT Nissan Motor Indonesia	Nevara Jelajah tanpa batas	2016
20	Mitra10 Antasari	Grand Opening Mitra10	2016
21	PT Huawei Tech.	Launching Huawei GR3	2016
22	OCBC	Women Inspired	2016
23	Intel Corp	Intel Expo	2016
24	PT Kreasi Utama Mandiri	Distributor Gathering	2015
25	HP	Bricks To Clicks	2015
26	Ngabuburock	Ngabuburock & Sahur on the Rock 7	2015
27	Yamaha	Yamaha Mobile Caravan	2015
28	PT LG Electronic	SAC Partner Gathering	2015
29	Female Pageants	Audisi Putri Indonesia	2015
31	BPJS	Social Campaign Ketenagakerjaan	2015

Sumber : CV Muda Art Project, 2024

Table 5. Sampel Validitas

No	Tahun	Jumlah
1.	2015	8
2.	2016	23

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah alat ukur mampu memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya saat diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali (2018), *Cronbach's Alpha* dinyatakan memenuhi kriteria jika nilainya melebihi 0,6. Semakin mendekati angka 1, nilai Cronbach's Alpha menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal yang semakin tinggi. Jika skala itu dikelompok dalam lima kelas dengan rentang sama, maka *Cronbach's Alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Table 6. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas	Nilai Cronbach's Alpha
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel	0,00 – 0,20
0,21 – 0,40	Sedikit Reliabel	0,21 – 0,40
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel	0,41 – 0,60
0,61 – 0,80	Reliabel	0,61 – 0,80
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel	0,81 – 1,00

Sumber: Hair et al., 2015

3. Uji Statistik

Uji Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Berdasarkan uraian yang telah digunakan pada jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis analisis Regresi Linier Berganda, dengan memakai program/ software SPSS v23, yaitu:

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + e.$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pengguna Jasa
- a = Konstanta
- B₁ = Koefisien Regresi *Venue*
- B₂ = Koefisien Regresi *Design Layout*
- X₁ = *Venue*
- X₂ = *Design layout*
- e = Variabel Pengganggu (*disturbance error*)

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik pada penelitian ini terdiri dari 3, yakni:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva *PP-Plots* dan Uji *Kolmogorov-Smirnov*, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal. Kemudian, menghitung nilai *P Value* menggunakan pendekatan *Exact* dengan mempertimbangkan nilai *Exact Sig. α = 0,05*. Idealnya pendekatan *Exact P Value* merupakan standar yang tepat untuk digunakan setiap saat Mehta dan Pathel dalam Nurrahmani (2022; 29).

Kriteria pengujinya adalah sebagai berikut:

- a) $Exact\ Sig. \geq \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- b) $Exact\ Sig. \leq \alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal.

Tujuan dalam *Exact Tests* adalah untuk memungkinkan membuat kesimpulan yang andal ketika data kecil, jarang, sangat terikat, atau tidak seimbang dan validitasnya teori sampel besar yang sesuai diragukan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Ketika varian residual antar pengamatan tetap sama, hal ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian tersebut berbeda, maka disebut heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas terjadi ketika terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti antara beberapa atau seluruh variabel yang menjelaskan dalam model regresi. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan memeriksa toleransi variabel dan Variance Inflation Factor (VIF) melalui perbandingan sebagai berikut:

- a) $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas
- b) $Tolerance > 0,1$, maka tidak terdapat multikolininearitas.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yakni:

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujinya yaitu:

- a) $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak
- b) $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T statistik dimaksudkan menguji pengaruh parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

- a) $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak
- b) $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima

7. Uji Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

CV Muda Art Project Event Organizer merupakan salah satu penyedia jasa *event* profesional yang terbentuk pada tahun 2015 berlokasi di Medan. CV Muda Art Project Event Organizer memberikan layanan jasa acara dalam bentuk *expo*, *exhibition*, *anniversary corporate product*, *product launching*, *brand activation*, *meeting and conferences*, *outbond and outing* dan *family gathering*. Pekerjaan CV Muda Art Project Event Organizer mencakup wilayah Aceh - Lampung didukung oleh peralatan yang baik dan tim yang ahli serta bekerja sama untuk menghasilkan berbagai *event* yang menarik dan meningkatkan *Brand Image* perusahaan. Penelitian ini didasarkan pada pengujian yang dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS Statistic 20, sehingga hasilnya dapat diuraikan dalam pembahasan berikut:

3.1 Pengaruh Venue terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Venue* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Jasa *event*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien variabel *venue* diperoleh nilai t hitung sebesar 1,709 lebih kecil dari nilai t tabel ($1,709 < 2,001$) dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar $0,093 > 0,05$ yang artinya bahwa *Venue* yang ditawarkan CV Muda Art Project Event Organizer berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event*. Peneliti melihat pada saat observasi di CV Muda Art Project Event Organizer bahwa rata-rata pengguna jasa *event* kurang melihat variabel *venue* sebagai salah satu faktor yang penting dalam memutuskan pembelian jasa *event* pada CV Muda Art Project Event Organizer. Pelanggan dominan menetapkan sendiri dari awal *venue* apa yang ingin digunakan untuk melaksanakan *event* dibandingkan dengan *venue* yang ditawarkan CV Muda Art Project. *Venue* yang ditawarkan CV Muda Art Project event organizer kurang memenuhi keinginan klien untuk melakukan Keputusan pembelian.

Namun, tetap masih ada klien yang memutuskan melakukan pembelian dengan *venue* yang ditawarkan CV Muda Art Project event organizer walaupun dengan jumlah yang terbilang sedikit. *Venue* yang ditawarkan CV Muda Art Project event organizer kurang memenuhi keinginan klien untuk melakukan Keputusan pembelian. Hasil ini sesuai dengan penelitian Elly Rahayu (2018), Muhammad Fajar Fahrudin (2015), Emma Yulianti (2015) yang menyatakan *venue* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.2 Pengaruh Design layout terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada pengguna jasa *event* Muda art projet event organizer dengan jumlah responden 61 orang yaitu seluruh klien CV Muda Art Project Event Organizer dari tahun 2017-2024 bahwa *design layout* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa *event* dimana diperoleh nilai t-hitung sebesar (3,392) yang lebih besar dari t tabel ($3,392 > 2,001$). Hal ini berarti bahwa *design layout* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event*. Beberapa klien berpendapat bahwa *design layout* yang ditawarkan CV Muda Art Project Event Organizer belum terlalu memuaskan dan perlu ditingkatkan lagi. Terutama dari segi *design* warna dan tampilan agar dibuat lebih menarik lagi serta tetap memperhatikan keinginan dan permintaan klien.

CV Muda Art Project event organizer selalu melakukan *meeting* bersama klien pada hari-hari sebelum *event* dilaksanakan untuk membahas sejauh mana progres yang sudah dikerjakan oleh CV Muda Art Project event organizer menuju hari pelaksanaan *event*. Dan termasuk di dalamnya membahas *design layout*. Tim desain CV Muda Art Project event organizer seringkali menyelesaikan revisi *design layout* yang karena kurang sesuai dengan permintaan klien baik dari segi estetika, fungsi dan ukuran peralatan, serta keefesienan dari *design layout* dengan cepat. Pada dasarnya tim desain CV Muda Art Project event organizer membutuhkan waktu sekali sampai dua kali revisi, waktu ini tergolong cepat dan efisien karena tim desain CV Muda Art Project event organizer memaksimalkan kreativitas, inisiatif dan inovatif dalam menuangkan idenya dalam sebuah *design layout*. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa *design layout* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *design layout* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. Ini menggambarkan bahwa semakin baik *design layout* yang ditawarkan perusahaan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan klien pada CV Muda Art Project event organizer. Hasil ini sesuai penelitian terdahulu dari Aulia Syahbani (2022) yang menyatakan bahwa *layout* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.3 Pengaruh Venue dan Design layout terhadap Keputusan Pembelian Jasa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Venue* dan *Design layout* berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event*. Hal ini didapat dari hasil penelitian uji F simultan nilai F-hitung sebesar 20,658 yang mana lebih besar dari F-tabel ($20,658 > 3,232$) yang berarti bahwa *Venue* dan *Design layout* secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Jasa *Event* pada ditawarkan CV Muda Art Project Event Organizer. Ini sesuai dengan hubungan antar variabel *Venue* dan *Design layout* yang menjadi kebutuhan tambahan klien yang berjumlah 41,6% dari nilai koefisien determinasi (R^2) terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event* terutama yang ditawarkan oleh CV Muda Art Project Event Organizer.

Venue dan *design layout* secara bersamaan mempengaruhi keputusan klien dalam memilih jasa *event* pada CV Muda Art Project Event Organizer. *Venue* dengan lokasi yang strategis, fasilitas lengkap, dan suasana yang sesuai dengan tema acara, jika dipadukan dengan *design layout* yang mencakup tata letak ruang yang efektif, dekorasi yang menarik, serta penggunaan teknologi yang optimal, akan menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan bagi peserta. Pengalaman yang menyenangkan ini memberikan kesan pertama yang kuat dan nilai tambah yang signifikan, sehingga meningkatkan kepuasan klien dan mendorong mereka untuk melakukan Keputusan pembelian jasa *event* pada CV Muda Art Project Event Organizer. Dan bagi klien yang belum pernah menggunakan jasa CV Muda Art Project Event Organizer, kombinasi *venue* yang dipilih dengan cermat dan *design layout* yang dirancang secara profesional akan memberikan rasa percaya diri dalam memilih *event organizer* ini. Pengalaman dan portofolio yang telah terbukti, ditambah dengan pendekatan yang detail dan responsif terhadap kebutuhan acara, CV Muda Art Project Event Organizer memastikan setiap acara berjalan sukses dan meninggalkan kesan positif, mendorong klien baru untuk mempercayakan acara mereka kepada CV Muda Art Project Event Organizer.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *Venue* dan *Design layout* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event* pada CV Muda Art Project Event Organizer, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) *Venue* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event* pada CV Muda Art Project Event Organizer dengan nilai t hitung sebesar (1,709) yang lebih kecil dari t-tabel (2,001) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,093 > 0,05$. 2) *Design layout* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event* pada CV Muda Art Project Event Organizer dengan nilai t-hitung (3,392) yang lebih besar dari t-tabel (2,001) dan tingkat signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$. 3) *Venue* dan *Design layout* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Event* pada CV Muda Art Project Event Organizer. Hal ini dapat dilihat pada nilai F hitung sebesar (20,658) lebih besar dari F tabel (3,16) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. 4) Nilai R Square yang diperoleh sebesar sebesar 0,416. Hal ini berarti 41,6% keputusan pembelian di pengaruhi oleh *venue* dan *design layout* sedangkan sisanya yaitu 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, promosi, dan sebagainya.

REFERENSI

- Berners, Philip. (2019). *The Practical Guide to Managing Event Venues*. New York: Routledge.
- Danang, Sunyoto. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Djamalullail, Farida Maulidya. (2021). Pengaruh Brand image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Domino's Pizza Cabang Ciputat). BS thesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin Jakarta.
- Febrianti, T., Ghazali, Z., Anggraini, H., & Afifi, V. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Car Pada PT. Gojek Indonesia Kota Palembang. *Jurnal Ekobis Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 67-79
- Panji Ragatirta, Laurensius Panji, & Erna Tiningrum. (2020). "Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap." *Excellent* 7(2):143–52.
- Pipit Mulyiah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. (2020). "済無No Title No Title No Title." *Journal GEEJ* 7(2).

- Saraswati, and Syah. (2023). "Stand Alone Venue Mice Promotion Strategy in Depok City." *Jurnal Bisnis Event* 4:122–33.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D Prof. Dr Sugiyono 2017." *Metode Kuantitatif Dan Kualitatif* (112):01–330.

