

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung *Event Digital Creative* 2023

Aldo Mateus Pesolima Sitanggang¹, Anggiat Parlindungan Simbolon²

¹ Politeknik Negeri Medan, Indonesia; aldomatius29@gmail.com

² Politeknik Negeri Medan, Indonesia; aldomatius29@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

service quality;
location

Article history:

Received 2024-12-26

Revised 2025-01-31

Accepted 2025-03-20

ABSTRACT

Event Digital Creative 2023 is a convention event organized by the MICE-B Class of 2020 which was held on Saturday, May 13, 2023, the location of this event was held at Pos Bloc Medan. Visitor satisfaction at the 2023 digital creative event is a phenomenon in this study. To provide satisfaction to visitors, there are several factors, one of which is service quality and location. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and location on visitor satisfaction at the 2023 digital creative event. The population of this study amounted to 180 and the sample used amounted to 100 respondents. This study uses quantitative research methods with data collection through questionnaires and literature studies. The data results will be analyzed using data quality tests, classical assumption tests, multiple linear analysis, hypothesis testing and determination coefficient tests. The results of this study indicate that service quality and location have a positive and significant effect on visitor satisfaction at the digital creative 2023 event. Simultaneously, service quality and location have a positive and significant effect on visitor satisfaction with a value of 41.9% and the remaining 58.1% is influenced by other factors not examined in this study.

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



Corresponding Author:

Aldo Mateus Pesolima Sitanggang

Politeknik Negeri Medan, Indonesia; aldomatius29@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Teknologi digital di era sekarang membawa peluang bisnis yang besar bagi pelaku ekonomi kreatif, sehubungan dengan ini, MICE angkatan 2020 membuat sebuah pertemuan (konvensi) antara kedua belah pihak. Manfaat dari kegiatan konvensi ini di adakan adalah untuk meningkatkan pengetahuan pengelolaan media sosial lewat *content creator* sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata yang berada di kota Medan, kegiatan ini merupakan *event* konvensi yang di selenggarakan oleh mahasiswa POLITEKNIK NEGERI MEDAN Prodi MICE (*Meeting Incentive Convention Exhibition*) angkatan 2020. Pos Bloc Medan sebagai tempat terlaksananya kegiatan *Event Digital Creative* 2023 pada hari Sabtu 13 mei 2023, Pos Bloc Medan merupakan sebuah ruang kreatif publik yang mengalami

renovasi selama lebih dari enam bulan. Kolaborasi antara PT Pos Properti Indonesia dan PT Ruang Kreatif Pos berhasil mengubah Gedung Kantor Pos Medan yang berusia 111 tahun dan berdiri sejak tahun 1911 menjadi sebuah *creative* hub multi-fungsi yang menarik bagi berbagai komunitas kreatif Pos Bloc Medan menawarkan area bangunan yang dilindungi sebagai bangunan cagar budaya, menjadi rumah bagi berbagai tenant UKM/UMKM di industri kreatif seperti kuliner, musik, film, fashion, dan kriya. Ruang kreatif ini memiliki berbagai ruang yang menarik seperti Esplanade, De Boer (area terbuka), Maidan Hall (amfiteater), Rotunda (aula utama), Taman, dan Museum Pos *Gallery*. Bangunan ini telah menjadi salah satu *landmark* kota Medan dan memiliki arsitektur yang unik dengan perpaduan gaya Eropa dan karakter lokal. Pos Bloc Medan diharapkan menjadi tempat yang mendukung UMKM dan kreativitas anak muda. MICE (*Meeting Incentive Convention Exhibition*) berhubungan dengan pertemuan seperti seminar, konferensi, bazar dan pameran, oleh karena itu lokasi yang menjadi tempat terlaksananya *event* ini memilih Pos Bloc Medan sebagai *venue* acara, karena sama-sama berada di industri kreatif dan mendukung sektor pariwisata yang berada di Kota Medan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan bagi pengunjung *Event Digital Creative 2023* di Pos Bloc Medan, karena produk yang ditawarkan oleh pihak penyelenggara merupakan jasa berupa kenyamanan selama berkunjung.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap pengunjung, bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh tiga faktor utama menurut Alinaung & Ogi dalam Nanda dan Wangdra (2021:3), yaitu menjaga dan memperhatikan pelanggan dengan menyelesaikan masalah mereka, spontanitas dalam memberikan solusi, serta pelatihan karyawan agar mampu memberikan pelayanan maksimal sesuai standar. Sementara itu, menurut Kotler dan Keller dalam Khansa (2020:5), terdapat lima indikator kualitas pelayanan: keandalan (kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten), ketanggapan (kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan), jaminan (kesopanan dan kredibilitas karyawan), empati (perhatian tulus dan pemahaman terhadap pelanggan), serta berwujud (penampilan fasilitas dan peralatan yang mendukung pelayanan).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pengunjung. Disamping kualitas pelayanan yang baik, lokasi juga turut berperan dalam menimbulkan dampak kepuasan bagi pengunjung, lokasi merupakan salah satu konsep dasar geografi terpenting, karena lokasi mengacu pada berbagai aktifitas yang akan memperlancar dan mempermudah dalam berkunjung. Menurut Ma'arif dan Tanjung (2003:188) Strategi Lokasi ini secara garis besar adalah memaksimalkan benefit dari lokasi termasuk efisiensi waktu, biaya yang minimum, citra perusahaan, profit, kredibilitas perlu diingatkan bahwa fundamental *thingking of location* adalah long term (jangka panjang). Hindrayani dalam Hanggita (2018:3) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha seperti letak konsumen atau pasar, sumber bahan baku, sumber tenaga kerja, air dan listrik, transportasi, lingkungan masyarakat dan sikap yang muncul, peraturan pemerintah, pembuangan limbah industri, fasilitas pabrik dan karyawan. Pos Bloc Medan beralamat di Jalan Pos, Nomor 1, Kelurahan Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara dan berhadapan langsung dengan lapangan merdeka. Sehingga lokasi terselenggaranya *Event Digital Creative 2023* tergolong mudah untuk di kunjungi. Pos Bloc Medan merupakan bangunan heritage atau bangunan cagar budaya, memiliki arti bangunan yang dahulunya menjadi icon suatu kawasan lingkungan pemukiman, dan yang menariknya hanya Pos Bloc Medan yang bangunan cagar budaya yang mendukung kegiatan yang berhubungan dengan industri kreatif. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap kepuasan pengunjung di *Event Digital Creative 2023*.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan maupun keputusan pembelian. Dimas Dwi Kurniawan dan Euis Soliha (2022) menemukan bahwa ketiga faktor tersebut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di My Kopi O Semarang. Hal serupa juga ditemukan oleh Rinaldi Upar Ritonga (2024), yang menyatakan bahwa fasilitas dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Event Thaipusam Street Festival di Medan. Selain itu, penelitian oleh Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro (2020) menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan di Goa Lowo, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Sementara itu, penelitian Imelda Aprileny, Inka Imalia, dan Jayanti Apri Emarawati (2020) menegaskan bahwa harga, fasilitas, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Grand Nusa Indah pada PT. Kentanix Supra Internasional. Dari berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian.

2. METODE

Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Penelitian ini dilakukan di Pos Bloc Medan beralamat di Jalan Pos, Nomor 1, Kelurahan Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara dan berhadapan langsung dengan lapangan merdeka, dilakukan dari tanggal 6 Mei hingga Juli 2024. Menurut Sugiyono (2020) pengertian operasional variabel ialah penentuan kontrak/sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Menurut Sumarni dan Wahyuni pada Raznilawati Z (2021:3), populasi adalah keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas. Pada penelitian ini populasinya adalah data pengunjung *event digital creative* di pos bloc, yang berjumlah 180 orang. Menurut Sugiyono (2023:127), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang diperlukan yaitu 65. Jenis dan Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner dan studi kepustakaan.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1) Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Menurut Joko (2020:690) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menunjukan ketepatan dan kesesuaian antara data yang akan diteliti. Sedangkan Menurut Sugiyono yang dikutip dari Joko (2020:690) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk menunjukan derajat ketepatan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total.

b. Uji realibilitas

Menurut Sugiyono (2019:121) uji reliabilitas digunakan untuk menunjukan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner. Sehingga suatu penelitian yang baik selain harus valid juga harus reliabel supaya memiliki nilai ketepatan saat diuji dalam periode yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan metode koefisien reliabilitas Alpha Cornbach's. Dengan ketentuan:

- a) Jika nilai cronbach's alpha $\alpha > 0,60$ maka pertanyaan/ Pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan terpercaya atau reliabel.
- b) Jika nilai cronbach's alpha $\alpha < 0,60$ maka pertanyaan/ Pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak terpercaya atau tidak reliabel.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

- Jika probabilitas >0.05 maka distribusi dari model regresi adalah normal
- Jika probabilitas $<0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

b. Uji multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance nya. Model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah model yang memiliki nilai tolerance $> 0,01$ atau nilai VIF < 10 . Sebaliknya jika nilai Tolerance $< 0,01$ atau nilai VIF > 10 , maka ada multikolinearitas di antara variabel independen.

c. Uji heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.

- Jika nilai *p-value* $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat masalah heterokedastisitas.
- Jika nilai *p-value* $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat masalah heterokedastisitas.

3) Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020), analisis regresi linier berganda dimaksud memperkirakan bagaimana keadaan variabel dependen (*kriterium*), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predador dimanipulasi.

Untuk mencari hubungan antara X_1 dan X_2 secara bersamaan dengan mencari hubungan terhadap Y menggunakan korelasi berganda.

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

Keterangan:

Y	= Kepuasan Pengunjung
α	= Bilangan Konstanta
β_1	= Koefisien Regresi dari kualitas pelayanan
β_2	= Koefisien Regresi dari fasilitas
β_3	= Koefisien Regresi dari lokasi
X_1	= Kualitas Pelayanan
X_2	= Lokasi
E	= Variabel Pengganggu (<i>error</i>)

4) Uji Hipotesis

a. Uji Statistik *t* (Parsial)

Menurut Ghazali (2018:179) uji *t* dipergunakan dalam menguji secara signifikansi hubungan antar variabel X dan Y , apakah variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) secara terpisah atau parsial. Pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2018:179) pada penelitian ini, uji F dipergunakan dalam mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:179), koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini merupakan event konvensi yang di selenggarakan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Medan Prodi MICE (*Meeting Incentive Convention Exhibition*) angkatan 2020. Kami sebagai mahasiswa MICE ingin mengorganisir pertemuan (Konvensi) antara para ahli dalam bidang pengambilan objek wisata dengan para konten kreator (yang ingin meningkatkan kualitas pengambilan objek wisata) untuk memaksimalkan teknik pengambilan objek wisata sehingga kualitas konten yang ditampilkan dapat memberikan daya tarik pengunjung wisata yang ada di kota Medan.

Teknologi digital di era sekarang membawa peluang bisnis yang besar bagi pelaku ekonomi kreatif, sehubungan dengan ini, kami ingin mengorganisir pertemuan (konvensi) antara kedua belah pihak. Manfaat dari kegiatan konvensi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan pengelolaan media sosial lewat content creator sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata yang ada di kota Medan khususnya dari Sumatera Utara umumnya. Para ahli dalam bidang pengambilan objek wisata yang akan menyampaikan penjelasan adalah orang yang sangat menguasai berbagai hal yang berkaitan dengan pengambilan suatu objek wisata dimana nantinya diharapkan hasil gambar yang berkualitas dapat di publikasikan lewat media sosial.

3.1. Hasil

1) Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Table 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,513	0,361	Valid
	X1.2	0,405	0,361	Valid
	X1.3	0,558	0,361	Valid
	X1.4	0,363	0,361	Valid
	X1.5	0,402	0,361	Valid
	X1.6	0,364	0,361	Valid
	X1.7	0,483	0,361	Valid
	X1.8	0,373	0,361	Valid
	X1.9	0,427	0,361	Valid
	X1.10	0,539	0,361	Valid
	X1.11	0,574	0,361	Valid
	X1.12	0,634	0,361	Valid
	X1.13	0,417	0,361	Valid
	X1.14	0,483	0,361	Valid
	X1.15	0,425	0,361	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,441	0,361	Valid
	X2.2	0,373	0,361	Valid
	X2.3	0,472	0,361	Valid
	X2.4	0,385	0,361	Valid
	X2.5	0,399	0,361	Valid
	X2.6	0,477	0,361	Valid
	X2.7	0,590	0,361	Valid
	X2.8	0,632	0,361	Valid
	X2.9	0,599	0,361	Valid
	X2.10	0,553	0,361	Valid
	X2.11	0,635	0,361	Valid
	X2.12	0,557	0,361	Valid
	X2.13	0,555	0,361	Valid
	X2.14	0,445	0,361	Valid
	X2.15	0,510	0,361	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0,509	0,361	Valid
	Y.2	0,435	0,361	Valid
	Y.3	0,488	0,361	Valid
	Y.4	0,537	0,361	Valid
	Y.5	0,400	0,361	Valid
	Y.6	0,600	0,361	Valid
	Y.7	0,524	0,361	Valid
	Y.8	0,603	0,361	Valid
	Y.9	0,498	0,361	Valid

Berdasarkan pada tabel di atas, bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pengunjung dapat dinyatakan valid dikarenakan seluruh item

pernyataan memiliki r hitung $> r$ tabel sebesar 0,361. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan keseluruhan item pernyataan terbukti valid dan dapat digunakan dalam kuesioner penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Table 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Croanbach's Alpa	Syarat Croanbach's Alpa	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,735	$>0,60$	Reliabel
Lokasi (X2)	0,784	$>0,60$	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,672	$>0,60$	Reliabel

Berdasarkan data pada tabel di atas, menyatakan bahwa hasil uji reliabilitas dari variabel pemasaran digital, fasilitas dan keputusan berkunjung memiliki koefisien Cronbach Alpha yang cukup besar yaitu lebih besar dari 0,60 (Cronbach's Alpha $> 0,60$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dari kuesioner penelitian ini adalah reliabel.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Uji Kolmogorov-Smirnov

Table 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandard ized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94372997
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.060
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil uji normalitas kolmogorov smirnov sebesar 0,200, dimana nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari pada 0,05. Hal tersebut menyatakan bahwa nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal dan memenuhi asumsi uji normalitas. Berikut merupakan tabel hasil uji normalitas dengan Histogram:

Grafik Histogram

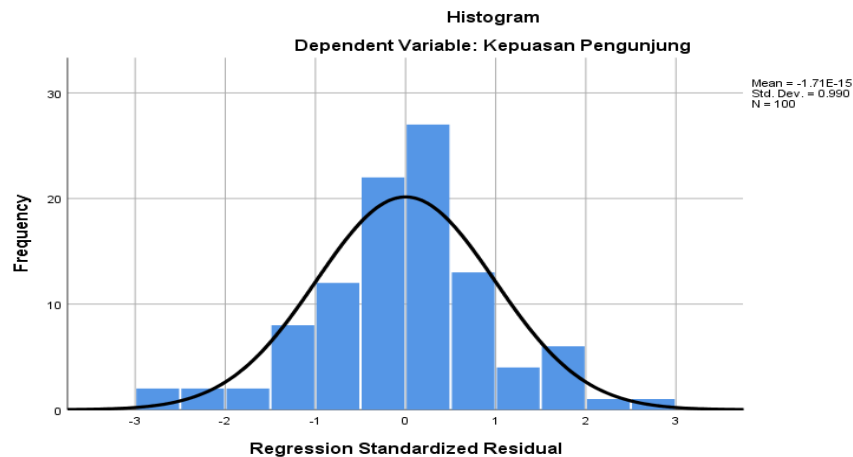


Figure 1. Grafik Histogram

Sumber: data diolah SPSS, 2024

Dari grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram tersebut menggambarkan pola distribusi data menyebar ke kiri dan ke kanan yang artinya data berdistribusi normal.

Grafik Probability Plot

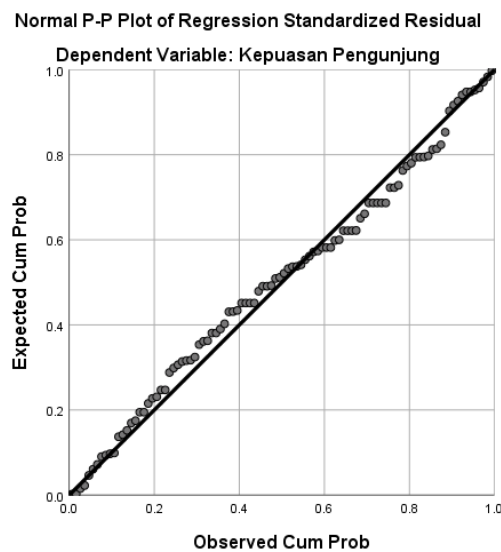


Figure 2. P-Plot Hasil Uji Normalitas

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

Gambar grafik di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dapat terlihat dari titik-titik pada gambar mengikuti dan mendekati arah garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Table 4. Hasil Uji Multikolinearitas.**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.542	3.624		2.909	.004		
Kualitas pelayanan	.347	.060	.544	5.781	.000	.663	1.508
Lokasi	.103	.057	.169	1.799	.075	.663	1.508

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan tabel di atas, pada kolom “Collinearity Statistics” dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,663, Lokasi (X2) adalah 0,663, dimana nilai dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan, nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 1,508, Lokasi (X2) adalah 1,508 dimana nilai dari kedua variabel tersebut lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Table 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas.**Correlations**

			Kualitas Pelayanan	Lokasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.584**	.095
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.346
		N	100	100	100
	Lokasi	Correlation Coefficient	.584**	1.000	.060
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.556
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.095	.060	1.000
		Sig. (2-tailed)	.346	.556	.
		N	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas, pada kolom signifikan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,346, Lokasi (X2) adalah 0,556 yang berarti seluruh variabel X tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

3) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Table 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.542	3.624		2.909	.004
	Kualitas pelayanan	.347	.060	.544	5.781	.000
	Lokasi	.103	.057	.169	1.799	.075

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada table di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10.542 + 0,347 X_1 + 0,103 X_2 + e$$

4) Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Table 7. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.542	3.624		2.909	.004
	Kualitas pelayanan	.347	.060	.544	5.781	.000
	Lokasi	.103	.057	.169	1.799	.075

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar tabel di atas, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 5,781 dengan signifikansi 0,000. Dapat diartikan bahwa thitung 5,781 > ttabel 1,984 dan tingkat signifikannya 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian, disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H01) ditolak dan (Ha1) diterima.
2. Variabel Lokasi (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,799 dengan signifikansi 0,075. Dapat diartikan bahwa thitung 1,799 < ttabel 1,984 dan tingkat signifikannya 0,075 > 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel lokasi (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

b. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Table 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.409	2	141.705	36.749	.000 ^b
	Residual	374.031	97	3.856		
	Total	657.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,749 dengan nilai signifikan 0,000. Maka dapat diartikan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 36,749 > F_{tabel} 3,09$. Hal ini berarti bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Table 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.431	.419	1.964

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada table diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,419 atau 41,9%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi kepuasan pengunjung memiliki hubungan sebesar 0,419 atau 41,9%, faktor-faktor kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi sedangkan sisanya 58,1% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam model regresi pada penelitian ini.

3.2. Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,909 > 5,781$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Event Digital Creative 2023*. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari jawaban pernyataan pada kuesioner yang menunjukkan bahwa pengunjung mempersepsikan kualitas pelayanan yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung dan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

2) Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $1,247 > 1,799$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,075 < 0,05$ yang berarti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Event Digital Creative 2023*. Hal ini dapat dilihat dari jawaban pernyataan pada kuesioner yang menunjukkan bahwa pengunjung mempersepsikan lokasi yang telah ditetapkan oleh *Event Digital Creative 2023* sudah tepat dan sebanding dengan manfaat yang didapatkan oleh pengunjung yang akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $36,749 > 3,09$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi *adjusted R-square* menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama dapat menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 41,9%. Pengaruh yang diberikan dapat dikatakan besar, sedangkan sisanya sebesar 58,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung *Event Digital Creative 2023*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5,781 > 1,984$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Event Digital Creative 2023*. 2) Lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $1,799 < 1,984$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,075 < 0,05$ yang berarti bahwa lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Event Digital Creative 2023*. 3) Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung. Hasil yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $36,749 > 3,09$ dan tingkat signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi *adjusted R-square* menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama dapat menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 41,9%. Pengaruh yang diberikan dapat dikatakan besar, sedangkan sisanya sebesar 58,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

REFERENSI

- Alana,P & Putro,T. (2020). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Aprileny, I, d.k.k.* (2020). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Grand Nusa Ariana, I, d.k.k.* (2021). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Benteng Vredeburg Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE, 2(2).
- Festival Di Medan*. Medan: Jurnal Riset Manajemen, 2(4).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan
- Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. Blitar: Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi
- Hanggita, A. (2018). *Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran*. Jurnal

Ilmu Ekonomi Kesuma Negara, 5(2).

Indah pada PT. Kentanix Supra International. Jakarta: STIE Indonesia (STEI).

Indrasari. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya:Unitomo Press

Khansa, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada*

Kurniawan, D, Soliha, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan*

Ma'arif, Mohammad & Tanjung, Henri. (2003). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo

Manajemen Bisnis, 8(2).

Nanda, M, Wangdra, Y. (2021). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan pada My Kopi O Semarang*. Semarang: YUME : Journal of Management, 5(1).

pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL. Jakarta Pusat: IKRAITH-EKONOMIKA, 3(4). Penerbit Universitas Diponegoro.

Pt Teno Sukses Abadi Di Kota Batam. Batam: Universitas Putera Batam.

Ritonga, R. (2024). *Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Event Thaipusam Street Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat)*. Jakarta: Jurnal STEI Ekonomoi, 20(20).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andy.

Widanti, S, d.k.k. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Museum*