



E-ISSN: [2655-0865](https://issn.org/2655-0865)

DOI: <https://doi.org/10.38035/rj.v6i6>

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Konser Musik Blackpink “Born Pink World Tour Jakarta 2023”

Vanissa Tasya Dewi¹, Tedi Supriyadi², Gilang Pratama³

¹ Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia, vanissatsy@upi.edu

² Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia, tedisupriyadi@upi.edu

³ Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia, gilang.p.putra@upi.edu

Corresponding Author: vanissatsy@upi.edu¹

Abstract: *The Blackpink "Born Pink World Tour Jakarta 2023" concert, organized by iMe Indonesia as the promoter, faced a flood of criticism from attendees regarding issues such as double tickets, discrepancies in the number of seating facilities, and complaints about staff service that was perceived as unfriendly and slow in resolving problems. This study aims to test the hypothesis regarding the relationship between facilities and service quality at the concert and the level of attendee satisfaction. The research method used is quantitative with a survey design. The survey technique was employed to collect primary data by providing respondents with indicator statements through an online questionnaire. The research sample consisted of one hundred respondents who were Blackpink fans attending the concert. The data obtained were processed using IBM SPSS version 26. Data analysis was performed using descriptive analysis and multiple linear regression. The results of the study indicate that the independent variables of Facilities (X1) and Service Quality (X2) simultaneously affect the dependent variable of Attendee Satisfaction (Y). The practical implication of this study is the importance for promoters to pay attention to the quality of facilities and services to enhance visitor satisfaction at music concerts.*

Keyword: *Music Concert, Facilities, Service Quality, Attendee Satisfaction, Promoter*

Abstrak: Konser musik Blackpink “Born Pink World Tour Jakarta 2023” yang diselenggarakan oleh iMe Indonesia sebagai promotor dibanjiri kritik dari para pengunjung terkait masalah tiket ganda, ketidaksesuaian jumlah fasilitas kursi, dan keluhan terhadap pelayanan para petugas yang kurang ramah dan tidak cepat tanggap dalam menemukan solusi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis hubungan antara fasilitas dan kualitas pelayanan di konser tersebut dengan tingkat kepuasan pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain teknik survei. Teknik survei ini

digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan memberikan indikator pernyataan kepada responden melalui kuesioner yang disebarikan secara online. Sampel penelitian diambil sebanyak seratus responden terdiri dari penggemar Blackpink yang menghadiri konser tersebut. Data yang diperoleh diolah dengan IBM SPSS versi 26. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas Fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pengunjung (Y). Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya pihak promotor untuk memperhatikan kualitas dari fasilitas dan pelayanan guna meningkatkan kepuasan pengalaman pengunjung di konser musik.

Kata Kunci: Konser Musik, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, Promotor

PENDAHULUAN

Pada tahun 2023, Jakarta terpilih menjadi tuan rumah konser fenomenal yang dinantikan para penggemar Kpop di Indonesia yaitu konser Blackpink “Born Pink World Tour Jakarta 2023”. Pengunjung sudah mengeluarkan biaya yang cukup tinggi, namun konser musik yang diselenggarakan oleh iMe Indonesia sebagai promotor dibanjiri kritik dari para pengunjung terkait masalah tiket ganda, ketidaktersediaan fasilitas kursi, dan ketidaksesuaian nomor kursi dengan nomor antrian (QN) pada tiket. Tidak hanya itu, beberapa pengunjung juga mengeluhkan layanan para petugas di lapangan yang berperilaku kurang ramah, tidak memperdulikan keluhan, dan tidak cepat tanggap dalam menemukan solusi. Dampaknya, banyak pengunjung yang mengeluh di media sosial merasa dirugikan karena tidak mendapatkan haknya. Promotor penyelenggara konser Blackpink dicap sebagai promotor tidak profesional. Hal ini tidak hanya berdampak pada reputasi mereka, tetapi juga mempertanyakan kesiapan promotor dalam menyelenggarakan konser secara keseluruhan. Penting bagi peneliti memahami secara mendalam masalah-masalah yang timbul dari konser tersebut untuk meminimalisir dampak negatif yang terjadi. Hal ini akan membantu promotor dalam mengevaluasi, merancang strategi lebih efektif di masa depan dan membangun kembali citra serta kepercayaan penggemar terhadap promotor.

Penelitian yang dilakukan oleh (Carneiro *et al.*, 2019) di Portugal menemukan bahwa pengalaman visual, emosi, kepuasan, dan loyalitas pengunjung sangat dipengaruhi oleh keunggulan fasilitas dan kualitas pelayanan menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*). (Vassiliadis *et al.*, 2021) di Taiwan juga menemukan bahwa kombinasi karakteristik fasilitas dan kualitas pelayanan sangat berperan dalam membangun citra acara olahraga, yang memenuhi harapan pengunjung, berdasarkan analisis regresi berganda. Penelitian juga dilakukan oleh (Karanikola *et al.*, 2020) tentang preferensi dan kepuasan pengunjung di Taman Zoologi Attica di Yunani dengan metode survei menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung didorong oleh kualitas infrastruktur, fasilitas, dan layanan yang baik. Penelitian oleh (Bhattacharya *et al.*, 2023) di Himalaya, India tentang persepsi kepuasan pengunjung berdasarkan penilaian kualitas pariwisata dan kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL dan AHP untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, menyimpulkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini menekankan pentingnya menggabungkan persepsi publik tentang kebutuhan mereka dalam pengembangan dan perencanaan pariwisata.

Berbeda dengan penelitian-penelitian diatas, penelitian ini difokuskan untuk mengangkat masalah yang terjadi pada penyelenggaraan konser musik dengan tujuan mengetahui sejauh mana fasilitas dan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung di konser musik Blackpink 2023 Jakarta. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjawab penelitian yang dirumuskan dalam beberapa poin yaitu mengidentifikasi masalah-masalah yang muncul selama penyelenggaraan konser musik Blackpink, serta

menganalisis persepsi pengunjung mengenai kualitas fasilitas dan pelayanan selama konser berlangsung. Hasil penelitian ini di orientasikan dapat berkontribusi dalam memberikan wawasan yang mendalam mengenai tantangan apa saja yang akan dihadapi selama penyelenggaraan konser musik, serta pengaruh faktor fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi juga referensi berharga bagi promotor penyelenggara konser musik dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan efektifitas operasional kedepannya. Jika promotor dapat memenuhi kepuasan pengunjungnya, maka acara tersebut akan dapat menciptakan antusiasme sekaligus daya tarik di kalangan pengunjung untuk menghadiri konser-konser serupa di masa depan (Fink, Pastore, & Vassiliadis et al., 2021).

Stadion Utama Gelora Bung Karno dipilih sebagai tempat konser Blackpink 2023 Jakarta karena kapasitasnya yang besar dengan pendukung fasilitas yang lengkap. Menurut (Frade, Ribeiro, & Kwon *et al.*, 2020) lokasi fasilitas merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan strategis karena memastikan cakupan fasilitas yang memadai dapat menghindari kekurangan dalam permintaan (Farahani, Asaari, & Kwon *et al.*, 2020). Stadion GBK yang mendukung sebagai tempat konser memiliki pencahayaan yang didukung 3500 lux, sistem suara yang baik, fasilitas belakang panggung yang memadai, aksesibilitas lokasi yang strategis, fasilitas kursi yang banyak, kebersihan lokasi, tempat parkir, papan penunjuk arah, informasi (pamflet dan papan nama), toilet dan lainnya (Bruwer, Fu, & Carneiro *et al.*, 2019). Menurut (Ferreira, Armstrong, & Vassiliadis *et al.*, 2021), fasilitas atau tempat dapat menjadi faktor kunci dalam memotivasi pengunjung untuk menghadiri acara serupa di masa depan. Fink, Pastore, & Vassiliadis *et al.* (2021) menemukan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penonton. Pemilihan GBK sebagai tempat konser Blackpink tidak hanya didasarkan pada kapasitasnya yang besar, namun juga fasilitas dan kualitasnya yang lengkap, yang diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengunjung.

METODE

Desain

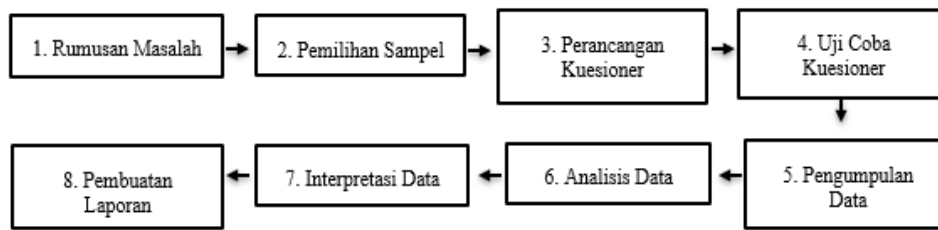
Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain teknik survei. Teknik survei ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan memberikan indikator pernyataan kepada responden melalui kuesioner yang disebarakan secara online. Dengan rujukan pendekatan SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, & Bhattacharya *et al.* (2023) untuk membuat survei kepuasan pengunjung pendekatan ini dapat membantu dalam memeriksa keunggulan dan kelemahan dari fasilitas dan kualitas pelayanan (Saravanan, Rao, & Bhattacharya *et al.*, 2023).

Partisipan

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari penggemar dan pengunjung konser Blackpink “Born Pink World Tour Jakarta 2023” dengan total 70.000 penonton selama dua hari. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menggunakan rumus Slovin dengan toleransi 10%, peneliti menentukan jumlah sampel menjadi 100 responden. Responden terdiri dari 36 laki-laki dan 64 perempuan, berusia antara 17-40 tahun dari berbagai wilayah Indonesia, dengan pendapatan menengah hingga tinggi, dan memiliki minat pada musik K-pop. Penting bagi peneliti untuk melindungi privasi individu dan menghindari pelanggaran hukum.

Prosedur

Peneliti menggunakan prosedur penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Prosedur Penelitian

Sumber: Pribadi

Peneliti akan menentukan rumusan masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung konser Blackpink. Kemudian, populasi target ditentukan dan sampel representatif dipilih. Setelah itu, kuesioner dibuat berdasarkan kerangka kerja SERVQUAL, mencakup fasilitas dan kualitas pelayanan, dan diuji coba pada sejumlah kecil responden untuk memastikan kelayakan, kejelasan, dan validitas. Jika valid, kuesioner disebar secara online. Data yang diperoleh diolah dengan IBM SPSS versi 26 dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil analisis diinterpretasikan, kemudian peneliti menyusun laporan, memberikan rekomendasi, dan mempublikasikan hasil penelitian.

Lokasi

Penelitian dilakukan di Jakarta yang menjadi tuan rumah konser Blackpink 2023 dan memiliki basis penggemar Blackpink yang cukup besar. Konser Blackpink sendiri diselenggarakan di Stadion Gelora Bung Karno (GBK) yang terletak di pusat Kota Jakarta.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data primer dengan memberikan indikator pernyataan kepada responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online untuk mencapai target responden yang lebih luas. Teknik ini juga memudahkan peneliti mengolah dan menganalisis data untuk mengidentifikasi hubungan variabel dengan waktu yang efisien. Responden utama dari penelitian ini adalah pengunjung sekaligus penggemar yang hadir pada Konser Blackpink 2023 di Jakarta.

Data Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi frekuensi dan variasi jawaban responden terkait fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung (Sukiyah et al., 2021). Sedangkan analisis regresi linear berganda untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen yaitu fasilitas, kualitas pelayanan, dan variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung (Bickart, Njau, & Bhattacharya, 2023). Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang dirancang melalui platform *google forms* sebagai alat utama pengumpulan data dari responden. Peneliti menggunakan sosial media seperti *twitter*, *whatsapp* dan *instagram* sebagai alat untuk menyebarkan kuesioner. Setelah data terkumpul, peneliti memerlukan perangkat lunak IBM SPSS versi 26 dan *microsoft excel* 2019 untuk mengolah dan menganalisis data.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Setiap indikator pernyataan pada variabel akan diuji validitasnya dengan menghitung korelasi *person product moment* antara skor indikator dan skor total. Uji validitas ini bertujuan memastikan instrumen dapat mengukur dengan tepat. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden diluar responden utama, pengujian validitas menggunakan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0.05. Nilai r tabel diperoleh dari $Df = N-2 = 28$, yaitu 0.361. Data dinyatakan valid jika r hitung > r tabel dan signifikan < 0.05 (Mahato & Bhattacharya, 2023). Pengujian menggunakan rumus korelasi *product moment person* dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26.

Tabel 1. Uji Validitas Seluruh Variabel

Variabel	Indikator	No. Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan	
Fasilitas (X1)	X1.1	1	0.824	0.361	Valid	
		2	0.717	0.361	Valid	
	X1.2	3	0.794	0.361	Valid	
		4	0.742	0.361	Valid	
	X1.3	5	0.792	0.361	Valid	
	X1.4	6	0.765	0.361	Valid	
	X1.5	7	0.817	0.361	Valid	
		8	0.807	0.361	Valid	
	Kualitas Pelayanan (X2)	X2.6	9	0.734	0.361	Valid
			10	0.794	0.361	Valid
X2.7		11	0.801	0.361	Valid	
		12	0.849	0.361	Valid	
X2.8		13	0.735	0.361	Valid	
		14	0.711	0.361	Valid	
X2.9		15	0.809	0.361	Valid	
		16	0.790	0.361	Valid	
X2.10		17	0.870	0.361	Valid	
Kepuasan Pengunjung (Y)		Y	18	0.841	0.361	Valid
	19		0.818	0.361	Valid	
	20		0.798	0.361	Valid	
Rata-rata Total		20	0.790	0.361	Valid	

Sumber: Data diolah

Menurut Mahato & Bhattacharya (2023), data valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan signifikan ($\alpha < 0.05$). Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid, karena nilai Cronbach's Alpha adalah $0.790 > 0.361$. Jadi, tidak perlu mengganti atau menghapus pernyataan.

Uji Reabilitas

Kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan memiliki hasil yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan suatu pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel, maka indikator tersebut harus memiliki nilai cronbach's alpha > 0.6 (Saha, Paul, & Bhattacharya, 2023). Uji reliabilitas mengukur konsistensi alat ukur pada objek yang sama beberapa kali. Jika reabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan diatas 0.8 adalah baik. Berdasarkan hasil perhitungan rumus Cronbach's Alpha dengan menggunakan IBM SPSS versi 26 menunjukkan koefisien reliabilitas penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reabilitas Seluruh Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Fasilitas (X1)	0.909	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.923	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0.754	Reliabel
Rata-rata Total	0.862	Reliabel

Sumber: Data diolah

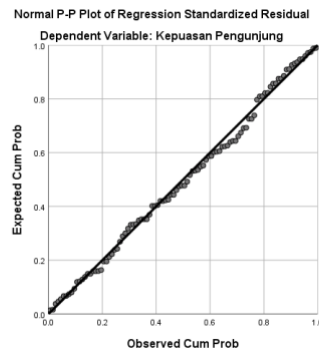
Menurut Saha, Paul, & Bhattacharya (2023), Indikator kuesioner reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0.6 . Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menunjukkan menunjukkan bahwa seluruh variabel pernyataan dapat dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai $0.862 > 0.6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

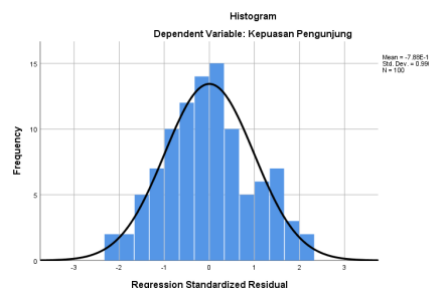
Uji normalitas data bertujuan untuk mengecek apakah sampel mengikuti distribusi normal. Dalam regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh residual yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga dapat diuji secara statistik. Uji normalitas data dilakukan menggunakan *Test of*

Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program IBM SPSS versi 26. Menurut Velmurugan et al. (2021) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (asymtotic significance), yaitu, jika probabilitas > 0.05, distribusi dari model regresi dianggap normal; sebaliknya, jika probabilitas < 0.05, distribusi dari model regresi dianggap tidak normal.



Gambar 3. P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat menurut Sudjana (2005) bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. Histogram Normalitas

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat histogram berbentuk lonceng simetris (bell-shaped) dan kurva KDE memiliki puncak ditengah serta menurun secara simetris di kedua sisi yang berarti menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Velmurugan et al, 2021).

Tabel 3. Output SPSS Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41288195
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.032
Test Statistic		.055
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

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05. Hasil ini membuktikan bahwa data berdistribusi normal (Velmurugan et al., 2021).

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah cara statistik untuk memeriksa apakah ada variasi yang signifikan antara kelompok-kelompok atau sub-sampel dalam dataset. Heterokedastisitas terjadi ketika dispersi data tidak stabil di seluruh rentang nilai. Jika nilai signifikansi (Sig.) >

0.05, maka tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai Sig. < 0.05, maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi (Bhattacharya et al., 2023).

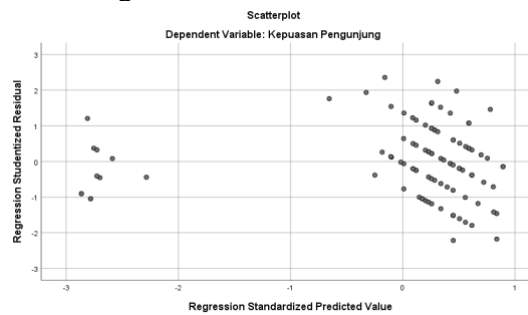
Tabel 4. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.822	.397		2.073	.041
	Fasilitas	-.014	.017	-.126	-.835	.406
	Kualitas Pelayanan	.021	.017	.185	1.221	.225

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Data diolah

Berdasarkan output SPSS, nilai signifikansi (Sig.) untuk semua variabel di atas 0.05, sesuai dengan Bhattacharya (2023) maka hasil menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.



Gambar 5. Output Scatterplot

Berdasarkan hasil *output scatterplot* diatas, maka dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas sesuai dengan pernyataan Bhattacharya (2023). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah cara statistik untuk mengidentifikasi ketergantungan linier yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam sebuah model regresi. Keberadaan multikolinieritas dapat terjadi jika terdapat korelasi yang kuat antara variabel-variabel independen, yang dapat mengganggu interpretasi dan keandalan hasil regresi. Jika nilai VIF < 10.00, maka tidak ada multikolinieritas dalam model regresi. Sebaliknya, jika nilai VIF > 10.00, maka terdapat multikolinieritas dalam model regresi (Bhattacharya et al., 2023).

Tabel 5. Output SPSS Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.267	.664		.402	.688		
	Fasilitas	.067	.028	.187	2.412	.018	.444	2.251
	Kualitas Pelayanan	.263	.029	.712	9.183	.000	.444	2.251

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah

Dari output diatas nilai VIF untuk semua variabel kurang dari 10.00 dan nilai *tolerance* mendekati 1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel fasilitas ditunjukkan dalam table berikut :

Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas

Variabel	No Item	Frekuensi Jawaban Responden					Total	Mean	Kategori
		SS	S	R	TS	STS			
Fasilitas (X1)	1	35	34	18	7	6	100	3,85	Tinggi
	2	20	33	23	15	9	100	3,40	Cukup
	3	37	17	29	8	9	100	3,65	Tinggi
	4	25	33	20	17	5	100	3,56	Tinggi
	5	19	42	17	12	10	100	3,48	Tinggi
	6	35	26	25	9	5	100	3,77	Tinggi
	7	39	29	16	10	6	100	3,85	Tinggi
	8	33	23	26	9	9	100	3,62	Tinggi
Rata-rata Total							3,65	Tinggi	

Sumber: Data diolah

Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Fasilitas berada pada kriteria tinggi, yaitu 3,65. Penilaian tertinggi ada pada item 1 dan 7 dengan nilai 3,85, terkait tampilan stadion yang bersih dan pesan grafis yang jelas. Penilaian terendah ada pada item 2, dengan nilai 3,40, terkait tata letak stadion, diikuti item 5 dengan nilai 3,48 tentang fasilitas yang memenuhi kebutuhan pengunjung, dan item 4 dengan nilai 3,56 tentang perangkat peralatan yang memadai. Dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil tersebut bahwa mayoritas responden memberikan penilaian tinggi terhadap fasilitas, menunjukkan fasilitas yang baik sangat dihargai dan berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung. Meskipun sebagian besar penilaian berada di kategori "Tinggi," ada satu penilaian yang masuk kategori "Cukup" ini menunjukkan ada aspek yang perlu ditingkatkan, terutama tata letak, tempat duduk, nomor seat, dan sound system.

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif terhadap variable kualitas pelayanan ditunjukkan dalam table berikut :

Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Kuantitas Pelayanan

Variabel	No Item	Frekuensi Jawaban Responden					Total	Mean	Kategori
		SS	S	R	TS	STS			
Kualitas Pelayanan (X2)	9	29	31	29	7	4	100	3,74	Tinggi
	10	31	27	31	7	4	100	3,74	Tinggi
	11	29	32	28	7	4	100	3,75	Tinggi
	12	32	33	24	3	8	100	3,78	Tinggi
	13	31	31	27	8	3	100	3,79	Tinggi
	14	33	30	26	4	7	100	3,78	Tinggi
	15	24	32	33	5	6	100	3,63	Tinggi
	16	25	38	26	5	6	100	3,71	Tinggi
	17	27	38	24	2	9	100	3,72	Tinggi
Rata-rata Total							3,73	Tinggi	

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil analisis, rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Pelayanan adalah 3,75, termasuk dalam kriteria tinggi. Penilaian tertinggi ada pada item 13 dengan nilai 3,79, terkait respons cepat dan memuaskan dari panitia konser. Penilaian terendah ada pada item 15 dengan nilai 3,63, tentang pemahaman kebutuhan pengunjung sebelum dan sesudah konser, diikuti item 16 dengan nilai 3,71 tentang keramahan panitia, dan item 17 dengan nilai 3,72 tentang ketanggapan dan perhatian panitia. Dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil tersebut data menunjukkan hubungan positif yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Meskipun kategori "Tinggi" mendominasi, ada beberapa jawaban yang menunjukkan ketidakpuasan (TS dan STS). Hal ini mengindikasikan ada beberapa area yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan dan keramahan pelayanan,

kemampuan panitia dalam menangani masalah, serta perhatian terhadap kebutuhan pengunjung sangat dihargai.

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis deskriptif terhadap variable kepuasan pengunjung ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengunjung

Variabel	No Item	Frekuensi Jawaban Responden					Total	Mean	Kategori
		SS	S	R	TS	STS			
		Kepuasan Pengunjung (Y)	18	28	31	30			
	19	29	25	35	3	8	100	3,64	Tinggi
	20	29	32	28	5	6	100	3,73	Tinggi
Rata-rata Total								3.69	Tinggi

Sumber: Data diolah

Berdasarkan analisis tabel, rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kualitas Pengunjung adalah 3,69, termasuk dalam kriteria tinggi. Penilaian tertinggi ada pada item 20 dengan nilai 3,73, terkait kesesuaian penyelenggaraan dengan harapan pengunjung. Penilaian terendah ada pada item 19 dengan nilai 3,64, tentang rekomendasi untuk menonton konser jika fasilitas dan kualitas penyelenggara ditingkatkan. Dapat ditarik kesimpulan, kepuasan pengunjung berada pada tingkat tinggi, dengan semua item memiliki mean di atas 3,64. Ini menunjukkan bahwa berbagai aspek pengalaman di konser memenuhi atau melampaui harapan pengunjung, meskipun ada beberapa area yang memerlukan peningkatan. Fokus pada pemahaman kebutuhan pengunjung, keramahan, dan responsivitas dapat lebih meningkatkan kepuasan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Output SPSS Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model								
1	(Constant)	0.267	.664		.402	.688		
	Fasilitas	0.067	.028	.187	2.412	.018	.444	2.251
	Kualitas Pelayanan	0.263	.029	.712	9.183	.000	.444	2.251

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah

Untuk menentukan persamaan regresi berganda pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung dilakukan analisis koefisien regresi sebagai berikut:
 $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$ (Bhattacharya et al., 2023)

$$Y = 0.267 + 0.067 X_1 + 0.263 X_2$$

Dimana: X1 = Fasilitas, X2 = Kualitas Pelayanan, Y = Kepuasan Pengunjung

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

a = 0.267 menunjukkan bahwa jika X1 dan X2 tetap (tidak berubah), nilai konstanta Y adalah 0.267.

b1 = 0.067 menyatakan bahwa jika X1 bertambah, Y akan meningkat sebesar 0.067 dengan asumsi X2 tetap.

b2 = 0.263 menyatakan bahwa jika X2 bertambah, Y akan meningkat sebesar 0.263 dengan asumsi X1 tetap.

Persamaan regresi ini sesuai dengan Bhattacharya et al.,(2023) menunjukkan bagaimana perubahan dalam variabel independen (X1 dan X2) mempengaruhi variabel dependen (Y). Nilai a, b1, dan b2 menggambarkan seberapa besar dampak perubahan dalam

X1 dan X2 terhadap Y. Ini menunjukkan bahwa fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y) di konser Blackpink 2023 Jakarta.

Uji Hipotesis

Uji T Partial

Uji t parsial adalah teknik statistik yang menilai apakah suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dalam regresi linear berganda, setelah mengendalikan variabel independen lainnya. Ini memungkinkan evaluasi kontribusi individu dari variabel independen tertentu terhadap variabel dependen, dengan memperhitungkan pengaruh variabel independen lainnya. Kemudian, dengan mengacu pada tabel distribusi t untuk $\alpha/2 = 0.025$ dengan derajat kebebasan $N-k-1 = 97$, ditemukan tTabel sebesar 1.984.

Tabel 10. Output SPSS Uji T Partial Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.267	.664		.402	.688		
	Fasilitas	.067	.028	.187	2.412	.018	.444	2.251
	Kualitas Pelayanan	.263	.029	.712	9.183	.000	.444	2.251

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah

Variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Fasilitas (X1) memiliki nilai 2.412, dengan nilai thitung $2.412 > 1.984$ tTabel dan $\text{Sig.} = 0.018 < 0.05$, menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka X1 berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai thitung $9.183 > 1.984$ ttabel, dengan nilai $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$, menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka X2 berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Uji F Simultan

Uji F simultan (simultaneous F-test) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji secara bersama-sama apakah sekelompok variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi linear berganda.

Tabel 11. Output SPSS Uji F Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	564.883	2	282.441	138.629	.000 ^b
	Residual	197.627	97	2.037		
	Total	762.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber: Data diolah

Berdasarkan output SPSS, Fhitung adalah 138.629. Dengan mencari Ftabel pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan N-k yaitu 98, diperoleh Ftabel sebesar 3.94. Jika Fhitung $138.629 > 3.94$ Ftabel dan nilai signifikansi $(0.000) < 0.05$ (Bhattacharya et al., 2023), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Uji Koefisien Korelasi

Selanjutnya, dilakukan analisis inferensial untuk menguji hubungan antar variabel menggunakan korelasi *product moment* dalam SPSS versi 26.

Tabel 12. Hasil Output Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.735	1.427

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah

Berdasarkan table diatas, menunjukkan bahwa terdapat koefisien korelasi (R) sebesar 0.861 antara variabel Fasilitas (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pengunjung (Y). Ini menandakan adanya korelasi positif yang sangat kuat antara variabel tersebut. (Bhattacharya et al., 2023).

Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, biasanya dalam bentuk persentase. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus: $Kd = r^2 \times 100\%$ (Bhattacharya et al., 2023). Dengan $Kd =$ Koefisien Determinasi, $r =$ Koefisien Korelasi.

Tabel 13. Output SPSS Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.735	1.427

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Data diolah

Dari hasil analisis output SPSS, koefisien determinasi (R square) adalah 0.741, yang dapat diartikan sebagai 74.1%. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 74.1%, sedangkan 25.9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti (Bhattacharya et al., 2023).

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin meningkat kualitas fasilitas yang disediakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Sebaliknya, jika kualitas fasilitas menurun, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung juga akan semakin rendah. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap fasilitas, dengan rata-rata penilaian 3.65. Faktor-faktor fasilitas yang mempengaruhi kepuasan seperti kenyamanan tempat duduk, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas pendukung (toilet, area makan, dll.) adalah faktor yang sangat dihargai oleh pengunjung. Meskipun mayoritas penilaian terhadap fasilitas berada di kategori "Tinggi," beberapa responden menunjukkan ketidakpuasan yang menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan. Item spesifik seperti tata letak dan view tempat duduk yaitu item nomor 2 mendapatkan penilaian terendah 3.40, menunjukkan perlunya perbaikan di area tersebut. Aspek-aspek yang perlu ditingkatkan meliputi tata letak stadion, pemenuhan kebutuhan spesifik pengunjung, serta perbaikan kualitas dan kesesuaian peralatan seperti tempat duduk, nomor seat, dan sound system. Jika promotor dapat menyediakan fasilitas yang memenuhi harapan pengunjung, maka pengunjung akan merasa puas dengan pengalaman mereka. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu oleh Fytopoulou et al., (2021) pengaruh fasilitas akan membentuk persepsi konsumen yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Artinya, semakin tinggi standar kualitas pelayanan yang disediakan oleh penyelenggara acara atau perusahaan, semakin besar kemungkinan bahwa pengunjung akan merasa puas dengan pengalaman mereka. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kualitas pelayanan secara umum berada dalam kategori "Tinggi" dengan rata-rata mean 3.73. Penilaian tertinggi terdapat pada item nomor 13 dengan mean 3.79, yang menyoroti pentingnya respon cepat dari panitia dan petugas. Penilaian terendah terdapat pada item nomor 15 dengan mean 3.63, menunjukkan bahwa pemahaman kebutuhan pengunjung oleh panitia dan petugas sebelum atau sesudah konser perlu ditingkatkan. Meskipun kategori "Tinggi" mendominasi, ada beberapa jawaban yang menunjukkan ketidakpuasan (TS dan STS). Hal ini mengindikasikan adanya ruang untuk peningkatan dalam aspek-aspek seperti komunikasi, pemahaman dalam mengantisipasi kebutuhan pengunjung, keramahan dan kesopanan, serta peningkatan dalam responsivitas dan perhatian panitia dan petugas terhadap kebutuhan pengunjung. Ini menegaskan pentingnya untuk memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan berkualitas tinggi kepada pengunjung, karena hal ini dapat meningkatkan kepuasan mereka dan membangun citra positif perusahaan atau konser tersebut di mata pengunjung. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu oleh Fytopoulou et al., (2021) pengaruh kualitas pelayanan akan membentuk persepsi konsumen yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung.

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan memengaruhi kepuasan pengunjung secara signifikan. Artinya, baik kualitas fasilitas yang disediakan maupun pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara acara memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman keseluruhan pengunjung. Kualitas tempat duduk, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas pendukung sangat dihargai, meskipun tata letak dan pemandangan perlu diperbaiki. Pelayanan yang responsif dinilai tinggi, dengan pengaruh lebih besar terhadap kepuasan pengunjung daripada fasilitas. Keduanya saling memperkuat dimana fasilitas yang baik membuat pengunjung merasa nyaman dan aman, sementara pelayanan yang baik meningkatkan persepsi terhadap konser. Gabungan pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan pengunjung. Pengunjung yang puas akan merekomendasikan konser musik tersebut kepada orang lain, memberikan ulasan positif, dan menghadiri konser music lainnya yang diselenggarakan penyelenggara tersebut di masa depan. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu oleh Fytopoulou et al., (2021) pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan akan membentuk persepsi konsumen yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data statistik bahwa variable bebas Fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variable terikat Kepuasan Pengunjung (Y) dengan perolehan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $138.629 > 3.94$. Fasilitas yang mencakup kenyamanan tempat duduk, aksesibilitas, kebersihan, dan fasilitas pendukung memastikan pengunjung merasa nyaman dan aman, mengurangi gangguan fisik, dan meningkatkan kenikmatan acara. Sementara itu, kualitas pelayanan seperti respon cepat, keramahan, dan keandalan meningkatkan persepsi positif pengunjung terhadap acara. Implikasinya, penyelenggara acara harus meningkatkan fasilitas dan pelayanan secara bersamaan untuk memastikan kepuasan pengunjung optimal. Gabungan pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan pengunjung

REFERENSI

- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bhattacharya, P., Mukhopadhyay, A., Saha, J., Samanta, B., Mondal, M., Bhattacharya, S., & Paul, S. (2023). Perception-satisfaction based quality assessment of tourism and hospitality services in the Himalayan region: An application of AHP-SERVQUAL approach on Sandakphu Trail, West Bengal, India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(2), 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2023.04.001>
- Brady, M. K., Voorhees, C. M., Cronin, J. J., & Bourdeau, B. L. (2006). The good guys don't always win: The effect of valence on service perceptions and consequences. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 83–91. <https://doi.org/10.1108/08876040610657011>
- Bruwer, J., 2014. Service quality perception and satisfaction: buying behaviour prediction in an australian festivalscape. *Int. J. Tour. Res*
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Caldeira, A., & Santos, A. C. (2019). The influence of eventscape on emotions, satisfaction and loyalty: The case of re-enactment events. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 112–124. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.025>
- Cole, S. T., & Illum, S. F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160–173.
- Day, R. L. (1984). Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction, in *NA - Advances in Consumer Research Volume 11*. In Thomas C. Kinnear Provo (Ed.), UT : Association for Consumer Research (pp. 496–499).
- Ferreira, M., & Armstrong, K. L. (2004). An exploratory examination of attributes influencing students' decisions to attend college sport events. *Sport Marketing Quarterly*, 13(4), 194–208.
- Fu, X., Zhang, W., Lehto, X.Y., Miao, L., 2018. Celebration of heritage: linkages between historical re-enactment festival attributes and attendees' value perception. *J. Travel Tour. Mark.* 35 (2), 202–217.
- Fytopoulou, E., Tampakis, S., Galatsidas, S., Karasmanaki, E., & Tsantopoulos, G. (2021). The role of events in local development: An analysis of residents' perspectives and visitor satisfaction. *Journal of Rural Studies*, 82, 54–63. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.018>
- Karanikola, P., Panagopoulos, T., Tampakis, S., & Tampakis, A. (2020). Visitor preferences and satisfaction in Attica zoological park, Greece. In *Heliyon* (Vol. 6, Issue 9). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04935>
- Kwon, Y. S., Lee, B. K., & Sohn, S. Y. (2020). Optimal location-allocation model for the installation of rooftop sports facilities in metropolitan areas. *European Sport Management Quarterly*, 20(2), 189–204. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1598454>
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418–430.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. *Human Resource Management*, 30(3), 335–364.
- Sukiyah, N. D. A., Elok Venanda, M. F., Venanda, E., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja dan Displin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan PTPN X Pabrik Gula Lestari Kertosono. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(2), 99–108. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i2.33868>

- Vassiliadis, C. A., Mombeuil, C., & Fotiadis, A. K. (2021). Identifying service product features associated with visitor satisfaction and revisit intention: A focus on sports events. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100558>
- Velmurugan, S., Vazhakkatte Thazhathethil, B., & George, B. (2021). A study of visitor impact management practices and visitor satisfaction at Eravikulam National Park, India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(4), 463–479. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.11.006>
- Westbrook, Robert A. and Reilly, Michael D. (1983). Value-Percept Disparity: an Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction, in *NA - Advances in Consumer Research* Volume 10, eds. Richard P. Bagozzi and Alice M. Tybout, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, Pages: 256-