

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum

OH Beauty Festival merupakan *beauty event* yang diadakan oleh *Overheard Beauty*. OH Beauty Festival diadakan pada tanggal 10-13 Oktober 2019 di Plaza Indonesia. Isi dari acara OH Beauty Festival sendiri sangat beragam, mulai dari *exhibition*, *talkshow*, dan *workshop*.

Adapun *exhibition* merupakan pameran produk-produk kecantikan yang dilakukan oleh OH Beauty Festival dengan tujuan untuk memperkenalkan produk-produk tersebut kepada pengunjung



Sumber : Instagram @ohbeauty.id  
Gambar 4.1 Suasana Exhibition OH Beauty Festival

Selain exhibition, dilakukan pula *talkshow*. *Talkshow* itu sendiri merupakan bincang interaktif mengenai tema kecantikan yang dilakukan oleh OH Beauty Festival dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan informasi mengenai tren dan produk-produk kecantikan dimasa kini. *Talkshow* yang dilakukan menghadirkan berbagai macam nara sumber mulai dari produsen, praktisi, konsumen dan lain-lain. Dengan kegiatan talkshow ini diharapkan para konsumen

lebih memahami mengenai produk-produk kecantikan dan sekaligus untuk meningkatkan kedekatan antara produsen dengan konsumen.



Sumber : Instagram @sulamalisdotcom  
Gambar 4.2 Suasana Talkshow OH Beauty Festival

Untuk memeriahkan kegiatan event OH Beauty Festival ini, dilakukan pula *workshop*. *Workshop* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seorang ahli bersama-sama dengan para peserta dengan tujuan untuk memberikan ilmu dan mengajari peserta secara langsung. Hal yang menarik dari kegiatan *workshop* adalah peserta bisa mendapatkan banyak sekali pengalaman dan tentunya pengetahuan baru walaupun hanya dengan waktu yang singkat.



Sumber : Instagram @kiranchndr  
Gambar 4.3 Suasana Workshop OH Beauty Festival

Untuk menarik minat berkunjung para konsumen, pihak OH Beauty Festival juga menyediakan *photo spot* yang dibuat sedemikian rupa untuk memberikan suasana yang lebih menyenangkan. Para konsumen yang berkunjung bisa berfoto bersama teman-temannya ataupun *selfie* dan nantinya akan dibagikan ke media sosial masing-masing. Dengan demikian penyelenggara acara dapat menggunakan kesempatan ini sebagai media promosi karena dengan hal tersebut para konsumen dapat mempromosikan kegiatan *event* kecantikan ini ke media sosialnya masing-masing.



Sumber: Data Primer 2019

Gambar 4.4 Salah Satu Photo Spot di Event OH Beauty Festival

Selain dengan adanya *photo spot*, pihak penyelenggara juga tidak lupa menggunakan Instagram sebagai media promosi. Tujuan dari penggunaan media ini yaitu untuk memberikan informasi lengkap akan acara OH Beauty, dengan menggunakan media ini diharapkan para pengunjung tidak melewatkan informasi-informasi penting. Bukan hanya itu, pengunjung juga bisa membagikan pengalaman mereka melalui Instagram dan nantinya bisa di bagikan ulang oleh Instagram dari OH Beauty Festival.



Sumber : Instagram @ohbeauty.id  
Gambar 4.5 Pintu Masuk OH Beauty Festival

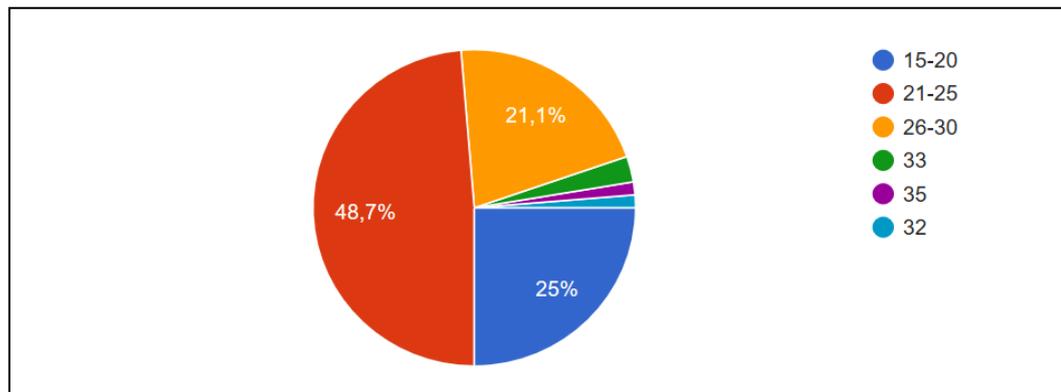


Sumber : Instagram @kedelaihtm\_  
Gambar 4.6 Salah Satu Pengunjung yang Menandai Fotonya ke Akun Instagram  
OH Beauty Festival

### 4.3. Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik responden pengunjung acara OHB Festival berdasarkan usia, jenis kelamin, penghasilan, dan pekerjaan. Dari kuesioner yang disebar maka didapatkan data sebagai berikut :

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

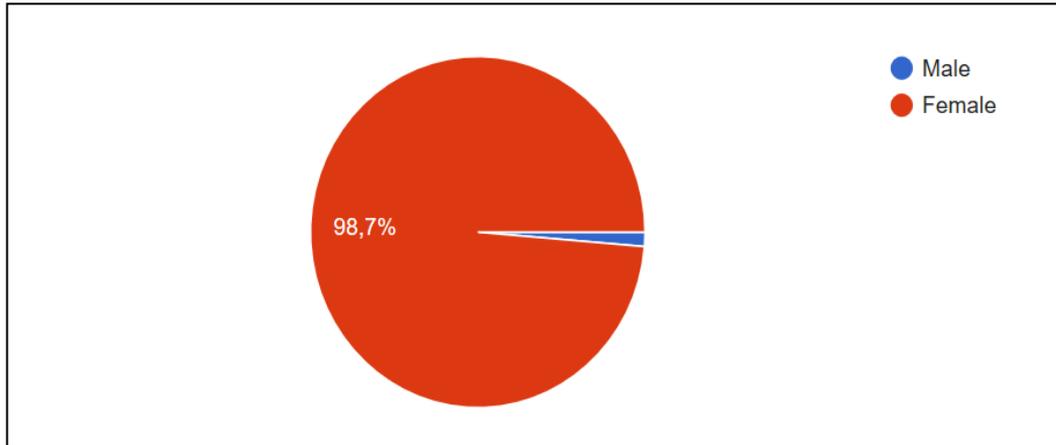


Gambar 4.7 Karakteristik reponden berdasarkan umur  
sumber : data primer, 2020

Dilihat berdasarkan usia, ada 19 orang responden berada pada antara kurang dari 15 tahun sampai 20 tahun atau sekitar 25%, 37 orang responden usia antara 21 sampai 25 tahun atau sekitar 48,7%, 16 orang responden usia antara 26 sampai 30 tahun atau sekitar 21,1%, 2 orang responden usia 33 tahun atau sekitar 2,6%, 1 orang responden usia 32 tahun atau sekitar 1,3% dan 1 orang responden usia 35 tahun atau sekitar 1,3%. Dengan demikian dapat dikatakan rata-rata pengunjung yang menjadi responden berumur tidak lebih dari 30 tahun.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

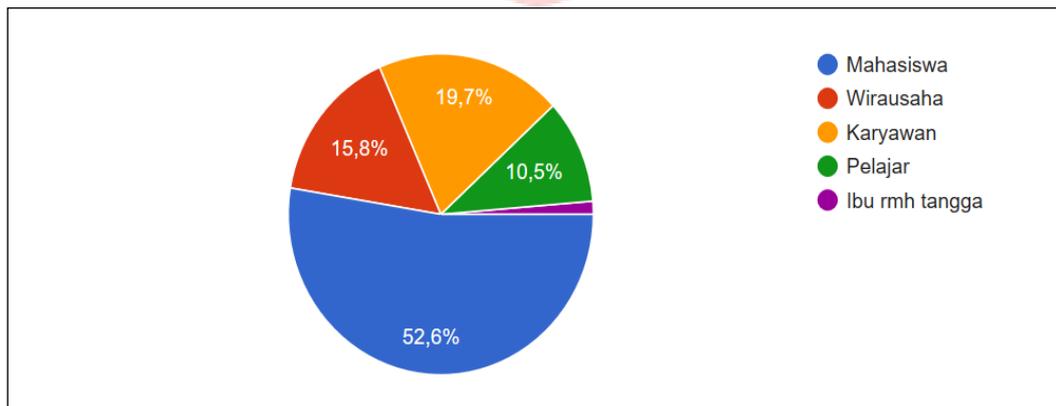
Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, terdapat 76 responden yang telah mengisi kuisisioner tersebut. Data yang masuk berdasarkan jenis kelamin didapati 1 orang responden laki-laki atau sekitar 1,3% dan 95 orang responden perempuan atau sekitar 98,7%, hal ini berarti hampir semua responden adalah perempuan. Untuk mengetahui sebaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada gambar berikut:



Gambar 4.8 Karakteristik reponden berdasarkan *gender*  
sumber : data primer, 2020

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

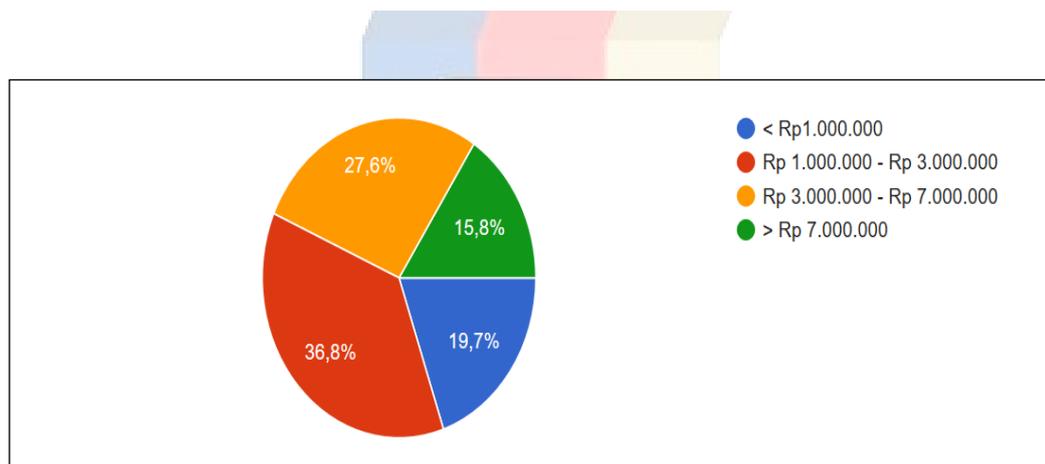
Apabila dilihat dari segi profesi, terdapat 40 orang orang responden berprofesi sebagai mahasiswa atau sekitar 52,6%, 12 orang berprofesi sebagai wirausaha atau sekitar 15,8%, 15 orang berprofesi sebagai karyawan atau sekitar 19,7%, 8 orang berprofesi sebagai pelajar atau sekitar 10,5%, dan 1 orang berprofesi sebagai ibu rumah tangga atau sekitar 1,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas profesi pengunjung acara tersebut adalah mahasiswa.



Gambar 4.9 Karakteristik reponden berdasarkan pekerjaan  
sumber : data primer, 2020

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Jika dilihat dari segi penghasilan, didapatkan 15 orang responden yang berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000 dalam satu bulan atau sekitar 19,7%, 28 orang responden berpenghasilan Rp1.000.000-Rp3.000.000 dalam satu bulan atau sekitar 36,8%, 21 orang responden berpenghasilan Rp3.000.000-Rp7.000.000 dalam satu bulan atau sekitar 27,6%, dan 12 orang responden berpenghasilan lebih dari Rp7.000.000 dalam satu bulan atau sekitar 15,8%. Dengan data ini dapat dikatakan bahwa rata-rata penghasilan dari para pengunjung *event* tersebut adalah Rp1.000.000-Rp3.000.000.



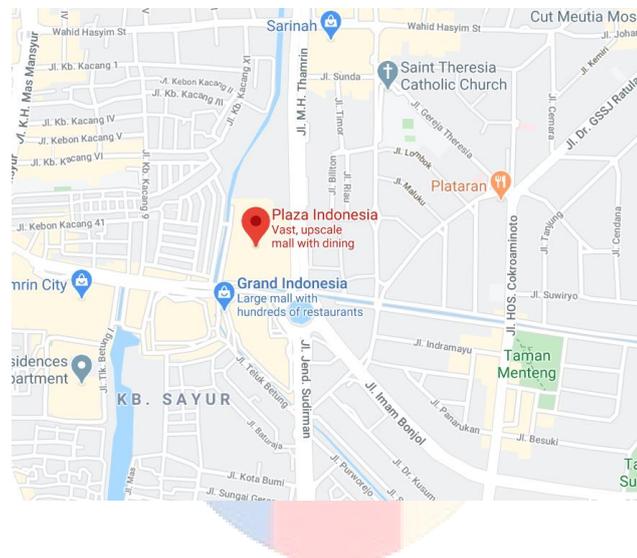
Gambar 4.10 Karakteristik reponden berdasarkan penghasilan  
sumber : data primer, 2020

#### 4.4. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa lokasi merupakan salah satu hal yang terpenting dari keberhasilan kegiatan *event* (Suseno,2009). Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) hal yang termasuk dalam lokasi event, diantaranya adalah letak geografis, jarak kelokasi dan kondisi disekitar lokasi.

##### a. Tanggapan Responden Mengenai Letak Geografis Acara (Lokasi Acara)

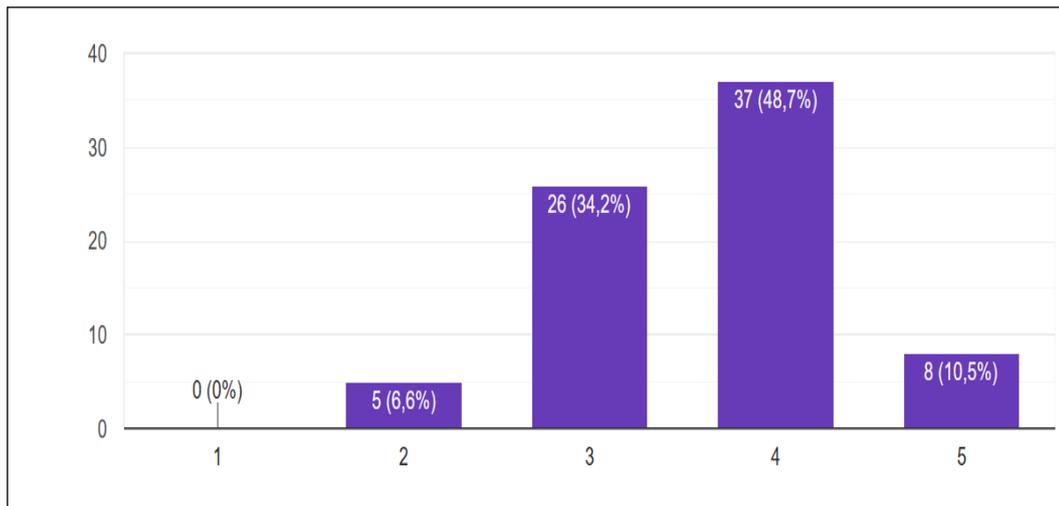
Berdasarkan dari hasil kuesioner yang disebar terlihat bahwa terdapat bahwa data 48,7% menyatakan setuju bahwa lokasi kegiatan event OHB festival sangat strategis. 34,2% menyatakan cukup setuju dan 10,5% menyatakan sangat setuju. Hal ini memandakan bahwa event kegiatan OHB festival memang dilaksanakan pada lokasi yang strategis. Seperti yang telah diketahui bahwa kegiatan ini dilaksanakan di Plaza Indonesia Mall yang diketahui bahwa lokasi tersebut berada di pusat perbelanjaan terkemuka di Jakarta dan mudah dijangkau dari berbagai macam lokasi.



Gambar 4.11 Lokasi kegiatan OH Beauty Festival

Sumber: [googlemap.com/01/04/2020](https://www.google.com/maps/@107.74111,6.18889,15z)

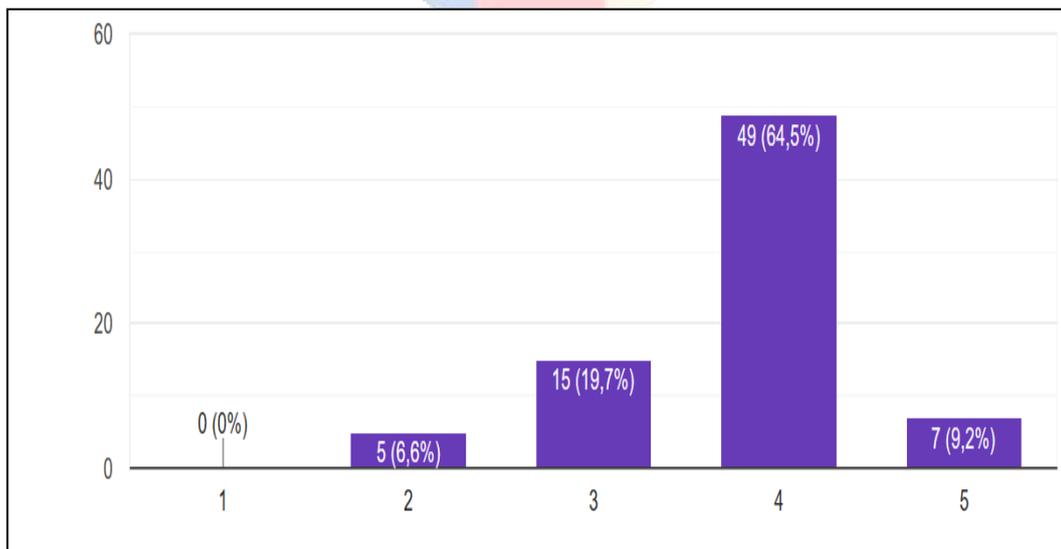
Untuk lebih jelasnya mengenai tanggapan responden mengenai letak geografis (lokasi) kegiatan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 4.12 Tanggapan responden berdasarkan Letak Geografis (lokasi)  
 Sumber : Data Primer, 2020

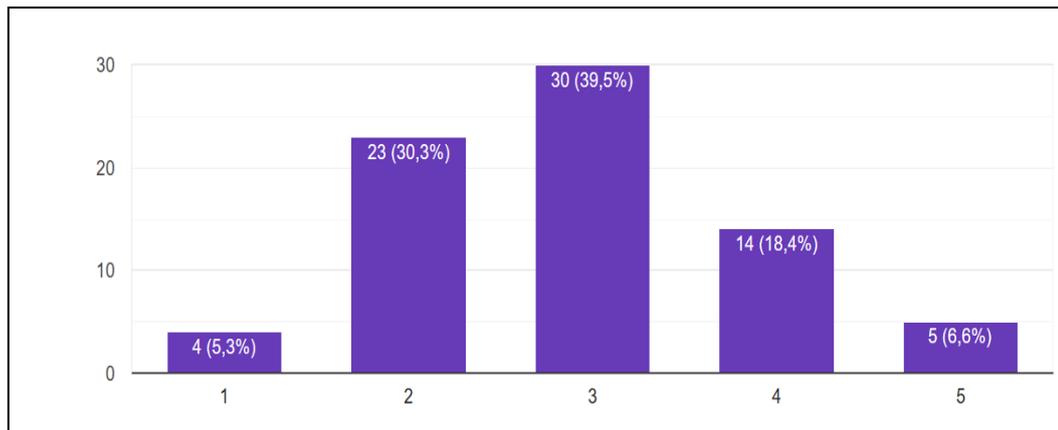
b. Tanggapan Responden mengenai Jarak ke Lokasi

Jarak ke lokasi bisa juga dikatakan dengan keterjangkauan lokasi kegiatan oleh pengunjung. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar terlihat bahwa sebagian besar responden setuju (64.5%) menyatakan setuju jika jarak ke lokasi kegiatan event mudah terjangkau, 19,7% menyatakan cukup setuju dan 9,2% responden menyatakan sangat setuju. Hal ini menandakan bahwa para responden setuju bahwa lokasi kegiatan event mudah dijangkau.



Gambar 4.13 Tanggapan Responden Berdasarkan Lokasi Mudah Dijangkau  
 Sumber : Data Primer, 2020

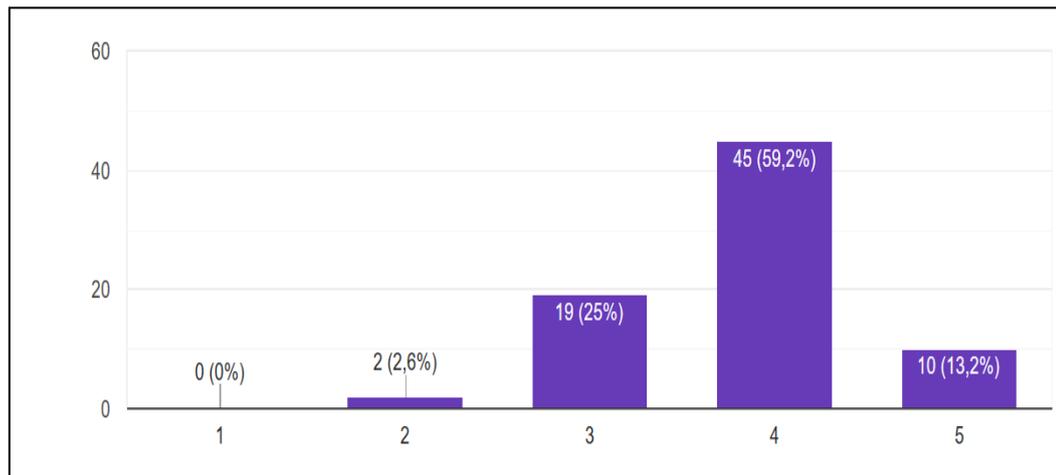
Kondisi ini diperkuat dari tanggapan responden yang menyatakan bahwa tidak setuju jika jarak dari rumahnya dekat dengan lokasi kegiatan yakni sebesar 30.3% dan yang menyatakan cukup setuju sebesar 39.5%. Hal ini menandakan bahwa meskipun lokasi rumah para pengunjung jauh namun dengan kemudahan untuk menjangkaunya maka jarak dari rumah bagi pengunjung bukanlah menjadi masalah.



Gambar 4.14 Tanggapan Responden Berdasarkan Lokasi Dekat Dari Rumah  
Sumber : Data Primer, 2020

c. Tanggapan Responden mengenai Kondisi didalam Lokasi Kegiatan

Selain jarak dan letak lokasi yang strategis, kondisi lokasi juga menjadi salah satu pertanyaan untuk para pengunjung. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka didapati 45 orang responden yang setuju bahwa lokasi acara layak atau sekitar 59,2%. Dengan demikian dapat dikatakan rata-rata dari pengunjung OHB Festival setuju bahwa kondisi lokasi acara OHB Festival layak.



Gambar 4.15 Tanggapan Responden Berdasarkan Kondisi didalam Lokasi Kegiatan

Sumber : Data Primer, 2020

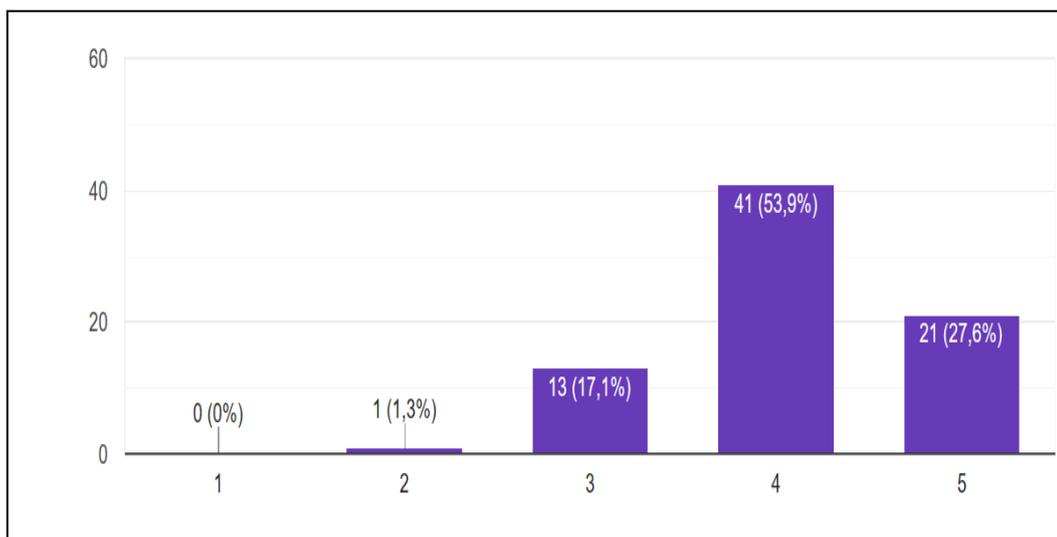
#### 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas

Menurut Kesrul (2004:90) tidak ada standar tertentu pada perlengkapan fasilitas dan pelayanan kesekretariatan dari kegiatan MICE, namun tetap ada hal-hal penting yang harus diperhatikan. Dalam penelitian ini yang dimasukkan dalam jenis-jensi fasilitas di kegiatan event OBH festival yaitu; Jenis pertemuan dan lainnya, jumlah peserta, jumlah ruangan yang dibutuhkan, serta jenis *equipment* yang ada.

##### a. Tanggapan Responden Mengenai Jenis Pertemuan Dan Lainnya

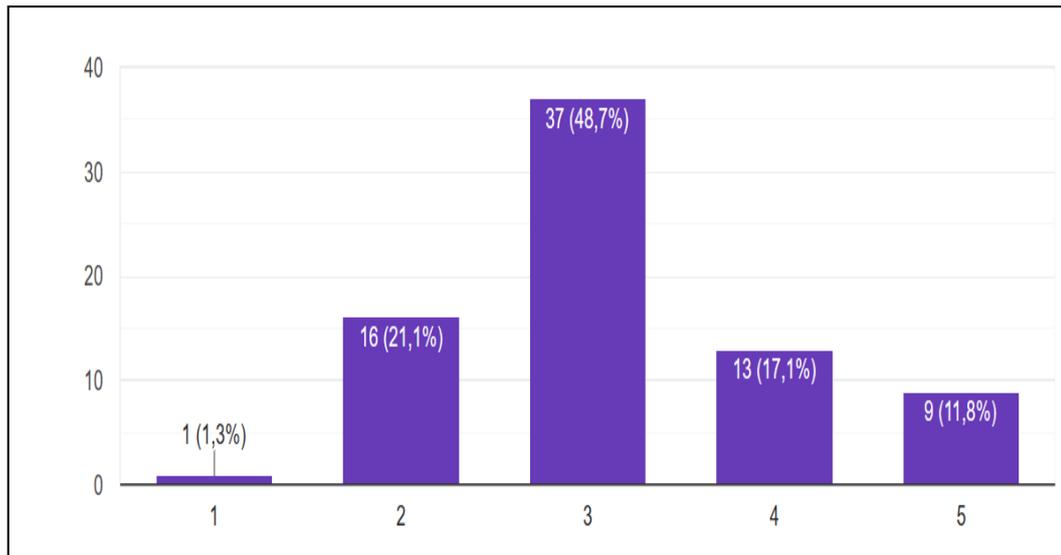
Jenis pertemuan dan kegiatan lainnya bisa dikatakan aktivitas yang dilakukan pada saat kegiatan event tersebut berlangsung. Dalam kegiatan event OHB festival, terdapat tiga kegiatan yakni *exhibition*, *talkshow* dan *workshop*.

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar menyatakan bahwa sebagian besar (53.9%) responden menyatakan setuju bahwa kunjungan responden datang ke OHB Festival dikarenakan terdapat *exhibiton* dan 27.6% menyatakan setuju dan hanya 17.1% yang menyatakan cukup setuju. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa untuk kegiatan *exhibition* yang diselenggarakan oleh OHB Festival dapat menarik tingkat kunjungan, adapun *exhibiton* yang terdapat di OHB festival diantaranya adalah *make-up*, *skincare*, dll. Berikut adalah gambaran tanggapan responden.



Gambar 4.16. Tanggapan Responden Berdasarkan Exhibition Menarik  
Sumber : Data Primer, 2020

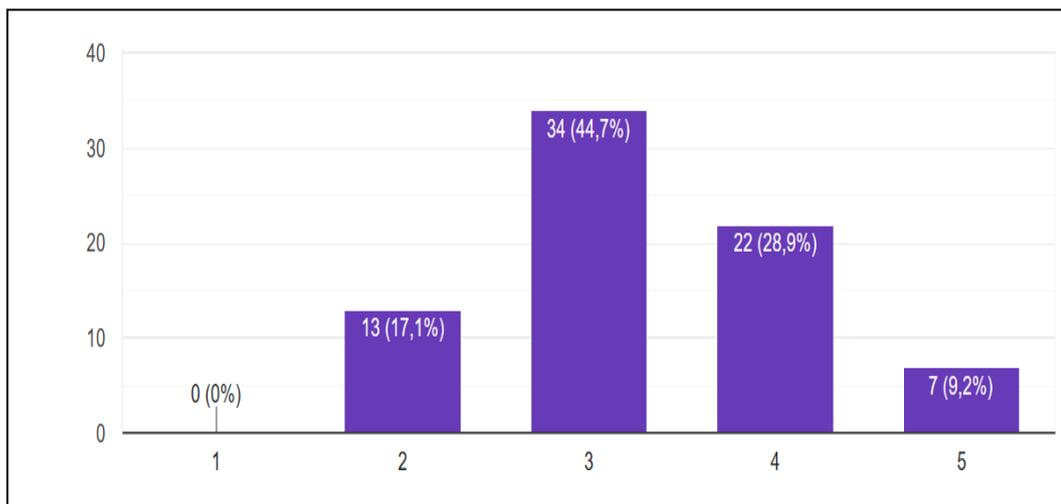
*Workshop* juga menjadi kegiatan yang menarik pada *event* OHB festival tersebut. Berdasarkan pernyataan pengunjung datang karena ingin belajar make-up, maka didapati 9 orang responden yang menyatakan sangat setuju untuk atau sekitar 11,8%, 13 orang responden yang menyatakan setuju atau sekitar 17,1%, 37 orang responden yang menyatakan cukup setuju atau sekitar 48,7%, dan 16 orang responden yang menyatakan tidak setuju atau sekitar 21,5%. Berdasarkan hal tersebut, maka menggambarkan bahwa momentum *event* OHB festival ini juga dapat dijadikan kegiatan praktek atau *workshop* bagi para pengunjung untuk menjajah atau ujicoba produk-produk baru.



Gambar 4.17 Tanggapan Responden Berdasarkan Ingin Belajar Make-Up (Workshop)

Sumber : Data Primer, 2020

Selain itu, berdasarkan hasil kuesioner mengenai *talkshow* didapati 7 orang responden yang menyatakan sangat setuju untuk tema *talkshow* yang menarik atau sekitar 9,2%, 22 orang responden yang memberikan setuju atau sekitar 28,9%, 34 orang responden menyatakan cukup setuju atau sekitar 44,7%, dan 13 orang responden menyatakan tidak setuju atau sekitar 17,1%, berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa *talkshow* yang diadakan pada *event* tersebut cukup menarik dan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan akan ruang lingkup kecantikan.

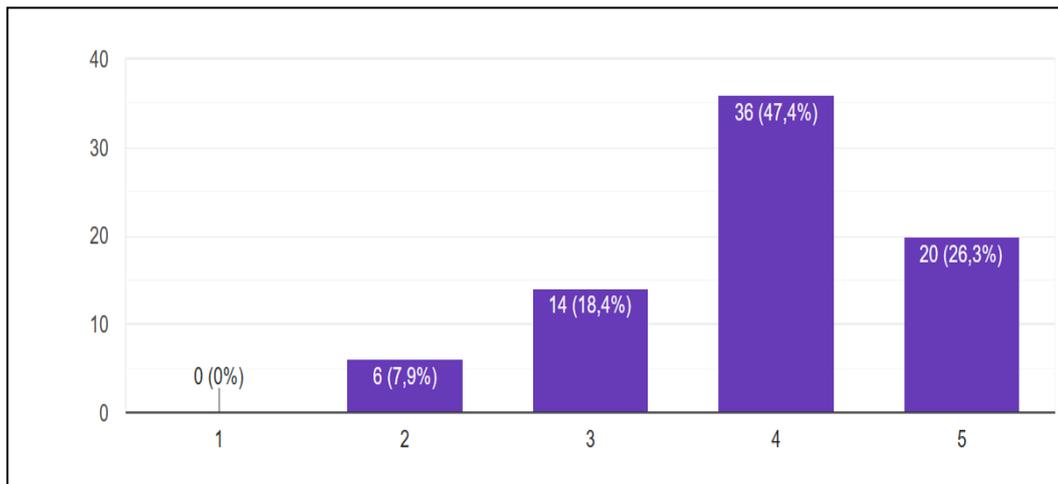


Gambar 4.18 Tanggapan Responden Berdasarkan Talkshow Yang Menarik

Sumber : Data Primer, 2020

b. Tanggapan Responden Mengenai Jumlah *Tenant* atau Peserta *Event*

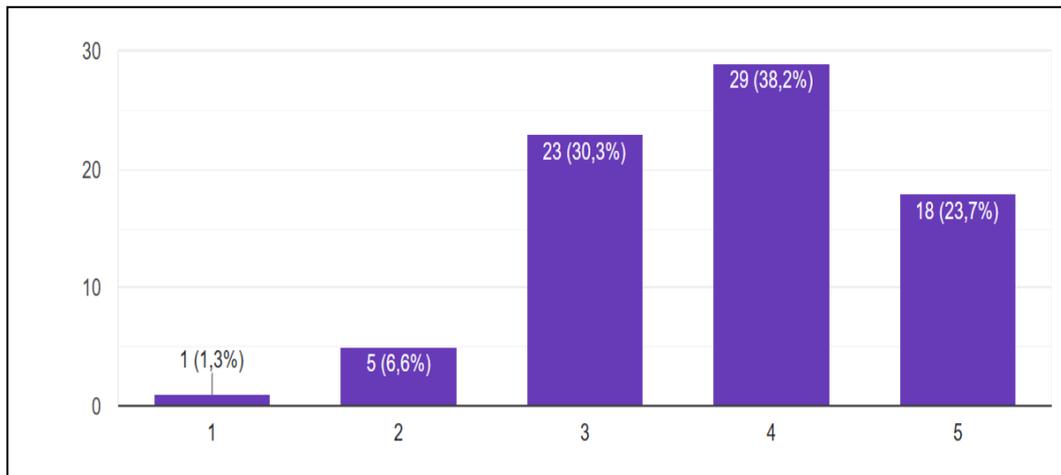
Keberhasilan *event* juga dapat ditentukan oleh jumlah tenant yang ikut dalam *event* tersebut. Berdasarkan data yang didapat menyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju (47.4%) jika keberadaan tenant akan memberikan daya tarik sendiri, sedangkan 26.3% menyatakan sangat setuju dan sisanya 18.4% dan 7.9% masing-masing responden menyatakan cukup setuju dan tidak setuju. Berdasarkan gambaran tersebut dapat dikatakan bahwa keberadaan peserta (tenant) ada even OHB festival memberikan dampak yang menarik bagi para pengunjung.



Gambar 4.19 Tanggapan Responden Berdasarkan Jumlah Peserta (Tenant)  
Sumber : Data Primer, 2020

c. Tanggapan Responden Jumlah Ruang (suasana ruangan) *Event*

Jumlah ruangan dapat didefinisikan juga sebagai suasana ruangan *event*. Hal ini menjadi penting karena suasana ruangan *event* berkaitan pula dengan jumlah ruangan yang dipergunakan untuk *event* tersebut. Kegiatan *event* OHB Festival menggunakan ruangan yang terdapat di Mall Plaza Indonesia sehingga suasana pun masih terdapat didalam mall. Berdasarkan data yang didapat sebagian besar responden menyatakan setuju (38.2%) bahwa ruangan yang disediakan untuk event tersebut sudah baik, 23.7% menyatakan sangat setuju. Sehingga dengan kondisi seperti ini dapat dikatakan bahwa untuk aktivitas kegiatan di dalam ruangan Mall sudah cukup baik, karena mungkin terintegrasi dengan fasilitas-fasilitas yang ada.

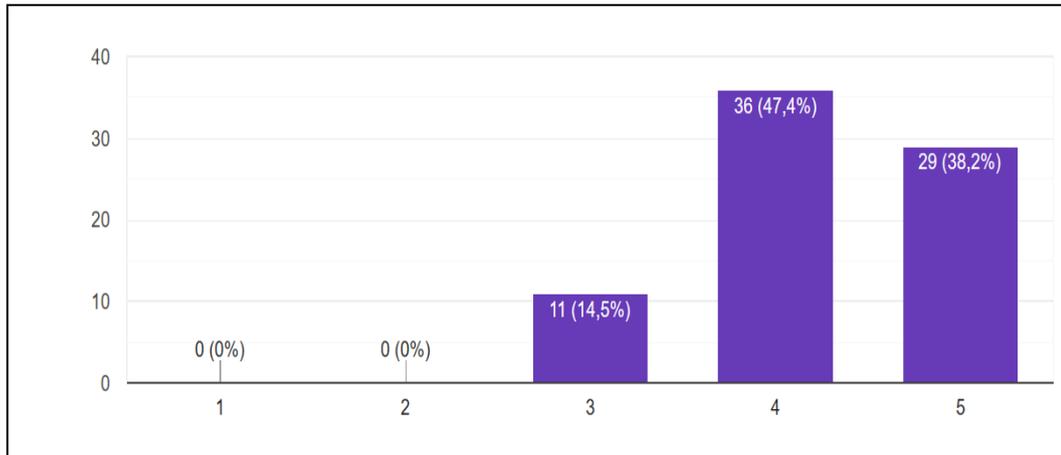


Gambar 4.20 Tanggapan Responden Berdasarkan Jumlah Ruangan (Suasana Ruangan)

Sumber : Data Primer, 2020

d. Tanggapan Responden Mengenai Jenis dan Jumlah *Equipment* (Sarana dan Prasarana) *Event*

Keberadaan *equipment* baik dalam hal jenis maupun jumlahnya bisa dikaitkan dengan sarana dan prasarana pendukung *event* tersebut. Pada *event* OHB festival *equipment* yang digunakan adalah sarana dan prasarana yang terdapat di Mall Plaza Indonesia, hanya saja mungkin ada tambahan *booth* dan listrik. Berdasarkan hasil kuesioner terlihat bahwa maka didapati 29 orang responden menyatakan setuju untuk pengunjung datang karena sarana dan prasarana yang menarik atau sekitar 38,2%, 36 orang responden menyatakan setuju atau sekitar 47,4%, 11 orang responden menyatakan cukup setuju sekitar 14,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dapat memanfaatkan sarana dan prasarana yang terdapat di sekitar event tersebut



Gambar 4.21 Tanggapan Responden Berdasarkan Equipment (Sarana Dan Prasarana)

Sumber : Data Primer, 2020

#### 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung

“Minat berkunjung merupakan variable dependen atau terikat yang merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas” (Sugiyono, 2013). Selain itu pula “variable dependen adalah variable yang nilainya dipengaruhi oleh variable independent” (Umar, 2002). Variable terikat pada penelitian ini adalah minat berkunjung ke *event* OHB Festival yang disebabkan karena rasa keingintahuan terhadap *event* tersebut. Adapun indikator dalam minat berkunjung meliputi keinginan untuk mendapatkan pendidikan dan pengalaman yang menyenangkan, bercerita keteman atau saudara dan keinginan berkunjung kembali ke *event* yang sama sekaligus mengajak teman maupun saudara.

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar terlihat sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung

Pernyataan	Keterangan	Jumlah	Persentase
Mendapatkan pendidikan dan pengalaman yang menyenangkan	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	2	2.6
	Cukup Setuju	6	7.9
	Setuju	32	42.1
	Sangat Setuju	36	47.4
	Total	76	100
Bercerita ke teman atau saudara	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	7	9.2
	Cukup Setuju	18	23.7
	Setuju	40	52.6
	Sangat Setuju	11	14.5
	Total	76	100
Keinginan berkunjung kembali ke event yang sama sekaligus mengajak teman maupun saudara	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	11	14.5
	Cukup Setuju	26	34.2
	Setuju	28	36.8
	Sangat Setuju	11	14.5
	Total	76	100

Sumber : Data Primer, 2020

Tanggapan responden mengenai minat berkunjung mendapatkan tanggapan yang positif. Hal ini terlihat dari data pada tabel 4.1 bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

#### **4.7. Pengaruh Antara Lokasi dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung**

##### **4.7.1. Pengaruh Antara Lokasi Terhadap Minat Berkunjung**

Berdasarkan hasil analisis dengan software SPP 20.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.033	.370		8.188	.000
	LOKASI	.293	.129	.255	2.265	.026

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ke acara OH Beauty Festival. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai konstanta untuk variabel Lokasi adalah 3,033 dan hasil nilai koefisien Lokasi adalah 0.293. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 3,033 mewakili jika nilai  $X_1$  (lokasi) = 0 atau variabel pengaruh lokasi tidak ada, maka nilai variabel minat berkunjung adalah 0,293. Sedangkan koefisien regresi variabel pengaruh lokasi 0.293 berarti pada tiap penambahan satu poin variabel pengaruh lokasi maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0.293 kali.

#### 4.7.2. Uji t pada Lokasi

Berikutnya untuk menafsirkan hasil data diatas digunakan hipotesis sebagai berikut :

H1: Lokasi( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y).

H2: Lokasi( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y). Ciri-ciri pengujian :

Jika  $t_{tabel} > t_{hitung}$  maka H1 ditolak dan H2 diterima. Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  maka H1 diterima dan H2 ditolak.

Pada pengujian dua sisi dengan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ , derajat kebebasan  $df = (n-k) = 76 - 2 = 74$  didapati nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,993. Berdasarkan data diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,265. Maka nilai  $t_{tabel}$  lebih kecil dari  $t_{hitung}$  ( $1,993 < 2,265$ ). Dengan demikian hipotesis pertama (H1) diterima sedangkan hipotesis kedua (H2) ditolak yang berarti bahwa Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival (Y).

### 4.7.3. Uji F pada Lokasi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.429	1	1.429	5.128	.026 <sup>b</sup>
	Residual	20.616	74	.279		
	Total	22.045	75			

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), LOKASI

Untuk melakukan uji f pada variabel lokasi maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh yang signifikan pada variabel Lokasi( $X_1$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival.

H2: Tidak ada pengaruh yang signifikan pada variabel Lokasi( $X_1$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival

Ciri-ciri pengujian:

Jika  $F_{tabel} \leq F_{hitung}$  maka H1 diterima dan H2 ditolak.

Jika  $F_{tabel} \geq F_{hitung}$  maka H1 ditolak dan H2 diterima.

Selanjutnya pada  $df = (n-k) (k-1)$  diperoleh  $F_{0,05:1:74}$  sebesar 3,970.

Karena  $F_{tabel} (3,970) < F_{hitung} (5,128)$ , maka H1 diterima sedangkan H2 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa variabel lokasi( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival.

### 4.7.4. Uji $R^2$ pada Lokasi

Untuk mengetahui berapa persen variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival yang dapat dijelaskan oleh variabel lokasi dapat dilihat pada data dibawah ini :

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.255 <sup>a</sup>	.065	.052	.52782	.636

a. Predictors: (Constant), LOKASI

b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

“Koefisien determinasi pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen” (Ghozali, 2009).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin kecil nilai  $R^2$  artinya kapabilitas variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat tidak cukup kuat, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan data diatas yang menunjukkan besarnya Adjusted  $R^2$  adalah 0,065, memiliki arti bahwa 6,5% variabel dependen (minat berkunjung) dapat dijelaskan oleh variabel independen (lokasi), sedangkan 93,5% sisanya dikarenakan oleh variabel lain. Dapat dilihat pula *Standard error of estimate* (SEE) yang ada yaitu sebesar 0,52782, jika nilai SEE semakin kecil maka hasil prediksi variabel dependen dari model regresi akan semakin tepat.

#### 4.7.5. Pengaruh Antara Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis dengan software SPP 20.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.036	.416		7.299	.000
	FASILITAS	.220	.110	.227	2.004	.049

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

Variabel Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ke acara OH Beauty Festival. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai konstanta untuk variabel Fasilitas adalah 3,036 dan hasil nilai koefisien Fasilitas adalah 0.220. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 3,036 mewakili jika nilai  $X_2$  (fasilitas) = 0 atau variabel pengaruh fasilitas tidak ada, maka nilai variabel minat berkunjung adalah 0,220. Sedangkan koefisien regresi variabel pengaruh fasilitas 0.220 berarti pada tiap penambahan satu poin variabel pengaruh lokasi maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0.220 kali.

#### 4.7.6. Uji t pada Fasilitas

Untuk menafsirkan hasil data pada variabel fasilitas digunakan hipotesis sebagai berikut :

H1: Fasilitas( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y).

H2: Fasilitas( $X_2$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y). Ciri-ciri pengujian :

Jika  $t_{tabel} > t_{hitung}$  maka H1 ditolak dan H2 diterima. Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  maka H1 diterima dan H2 ditolak.

Pada pengujian dua sisi dengan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ , derajat kebebasan  $df = (n-k) = 76 - 2 = 74$  didapati nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,993. Berdasarkan data diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,004. Maka nilai  $t_{tabel}$  lebih kecil dari  $t_{hitung}$  ( $1,993 < 2,004$ ). Dengan demikian hipotesis pertama (H1) diterima sedangkan hipotesis kedua (H2) ditolak yang berarti bahwa Fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival (Y).

#### 4.7.7. Uji F pada Fasilitas

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.135	1	1.135	4.017	.049 <sup>b</sup>
Residual	20.910	74	.283		
Total	22.045	75			

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), FASILITAS

Untuk melakukan uji f pada variabel fasilitas maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh yang signifikan pada variabel Fasilitas( $X_2$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival.

H2: Tidak ada pengaruh yang signifikan pada variabel Fasilitas( $X_2$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival

Ciri-ciri pengujian:

Jika  $F_{tabel} \leq F_{hitung}$  maka H1 diterima dan H2 ditolak.

Jika  $F_{tabel} \geq F_{hitung}$  maka H1 ditolak dan H2 diterima.

Selanjutnya pada  $df = (n-k) (k-1)$  diperoleh  $F_{0,05;1;74}$  sebesar 3,970.

Karena  $F_{tabel} (3,970) < F_{hitung} (4,017)$ , maka  $H_1$  diterima sedangkan  $H_2$  ditolak. Hal ini menyatakan bahwa variabel fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival.

#### 4.7.8. Uji $R^2$ pada Fasilitas

Untuk mengetahui berapa persen variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival yang dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas dapat dilihat pada data dibawah ini :

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.227 <sup>a</sup>	.051	.039	.53157	.611

a. Predictors: (Constant), FASILITAS

b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG

Berdasarkan data diatas yang menunjukkan besarnya Adjusted  $R^2$  adalah 0,039, memiliki arti bahwa 3,9% variabel dependen (minat berkunjung) dapat dijelaskan oleh variabel independen (fasilitas), sedangkan 96,1% sisanya dikarenakan oleh variabel lain. Dapat dilihat pula *Standard error of estimate* (SEE) yang ada yaitu sebesar 0,53157, jika nilai SEE semakin kecil maka hasil prediksi variabel dependen dari model regresi akan semakin tepat.

#### 4.7.9. Pengaruh Antara Lokasi dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung

Bila dilihat dalam bentuk persamaan pada Lokasi ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap minat berkunjung pada hasil uji regresi berganda, maka didapati persamaan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_3 X_3 \dots$$

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis dengan software SPP 20.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.685	.467		5.755	.000
	Lokasi	.224	.141	.195	1.595	.115
	Fasilitas	.144	.119	.149	1.218	.227

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ke acara OH Beauty Festival. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai konstanta untuk variabel Lokasi dan Fasilitas adalah 2.685, dan hasil nilai koefisien Lokasi adalah 0.224. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 2.685 mewakili jika nilai  $X_1$  (lokasi) = 0 atau variabel pengaruh lokasi tidak ada, maka nilai variabel minat berkunjung adalah 2.685. Sedangkan koefisien regresi variabel pengaruh lokasi 0.224 berarti pada tiap penambahan satu poin variabel pengaruh lokasi maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0.224 kali.

Sedangkan variabel Fasilitas juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ke acara OH Beauty Festival. Dapat dilihat bahwa nilai koefisien Fasilitas adalah 0.144, berarti nilai konstanta 2.685 mewakili jika nilai  $X_2$  (fasilitas) = 0 atau variabel pengaruh fasilitas tidak ada, maka nilai variabel minat berkunjung adalah 2.685. Kemudian koefisien regresi variabel pengaruh fasilitas adalah 0.144 yang berarti pada tiap penambahan satu poin variabel pengaruh fasilitas maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0.144 kali.

#### **4.7.10. Uji t pada Lokasi dan Fasilitas**

Berikutnya untuk menafsirkan hasil data pada variabel fasilitas dan lokasi secara bersamaan digunakan hipotesis sebagai berikut :

H1: Lokasi( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) secara segmental memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y).

H2: Lokasi( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) secara segmental memiliki pengaruh terhadap minat pengunjung untuk datang (Y). Ciri-ciri pengujian :

Jika  $t_{tabel} > t_{hitung}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

#### 1. Pengujian Koefisien Regresi pada Variabel Lokasi( $X_1$ )

Pada pengujian dua sisi dengan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ , derajat kebebasan  $df = (n-k) = 76 - 2 = 74$  didapati nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,993. Berdasarkan data diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,595. Maka nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{hitung}$  ( $1,993 > 1,595$ ). Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) ditolak sedangkan hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima yang berarti bahwa Lokasi ( $X_1$ ) secara segmental tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival (Y).

#### 2. Pengujian Koefisien Regresi pada Variabel Fasilitas( $X_2$ )

Pada pengujian dua sisi dengan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ , derajat kebebasan  $df = (n-k) = 76 - 2 = 74$  didapati nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,993. Dari data diatas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,218. Maka nilai  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{hitung}$  ( $1,993 > 1,218$ ). Dengan demikian hipotesis  $H_1$  ditolak dan hipotesis  $H_2$  diterima yang berarti bahwa Fasilitas ( $X_2$ ) secara segmental tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival (Y).

### 4.7.11. Uji F pada Lokasi dan Fasilitas

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.839	2	.920	3.322	.042 <sup>b</sup>
	Residual	20.206	73	.277		
	Total	22.045	75			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

Untuk melakukan uji f pada variabel lokasi dan fasilitas maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

$H_1$ : Ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama pada variabel Lokasi( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival.

H2: Tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama pada variabel Lokasi( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) terhadap variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival.

Ciri-ciri pengujian:

Jika  $F_{tabel} \leq F_{hitung}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

Jika  $F_{tabel} \geq F_{hitung}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

Selanjutnya pada  $df = (n-k) (k-1)$  diperoleh  $F_{0,05:1:74}$  sebesar 3,970.

Karena  $F_{tabel} (3,970) > F_{hitung} (3,322)$ , maka  $H_1$  ditolak sedangkan  $H_2$  diterima. Hal ini menyatakan bahwa variabel lokasi( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) secara stimulan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival.

#### 4.7.12. Uji $R^2$ pada Lokasi dan Fasilitas

Untuk mengetahui berapa persen variabel minat berkunjung ke acara OHB Festival yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel lokasi dan fasilitas dapat dilihat pada data dibawah ini :

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.289 <sup>a</sup>	.083	.058	.52611	.697

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Berdasarkan data diatas yang menunjukkan besarnya Adjusted  $R^2$  adalah 0,058, memiliki arti bahwa 5,8% variabel minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel lokasi dan fasilitas, sedangkan 94,2% sisanya dikarenakan oleh variabel lain. Dapat dilihat pula *Standard error of estimate* (SEE) yang ada yaitu sebesar 0,52611, jika nilai SEE semakin kecil maka hasil prediksi variabel dependen dari model regresi akan semakin tepat.

Dari hasil penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh yang positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, variabel lokasi ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ) baik secara bersamaan maupun segmental memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival, namun tidak signifikan

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengunjung yang datang ke acara OHB Festival tidak dibatasi oleh lokasi maupun fasilitas yang disediakan oleh OHB Festival. Hal ini menyatakan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi minat pengunjung untuk datang ke acara tersebut.

