

Pengaruh Harga Tiket Dan Motivasi Dalam Keputusan Berkunjung Di Event Raisa Live In Concert

Farrah Puspita Fauzy

Farraafau24@gmail.com

Universitas Nasional

Ulfi Maranisya

ulfimaranisya1603@gmail.com

Universitas Nasional

Abstract, *This research aims to analyze the influence of price and motivation in the decision to visit the 2023 raisa live in concert event. The sample used in this research used primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 96 respondents. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis. Based on the research findings, it can be concluded that the Price variable does not have a significant influence on the Decision to Attend the Raisa Live In Concert event. The research results indicate that the Motivation variable has a positive and significant impact on the Decision to Attend the Raisa Live In Concert event. The results show that the Price variable has a 0.016% impact, while the Motivation variable has a 0.244% impact on the Decision to Attend.*

Keywords: *Influence of Price, motivation, decision to visit, event*

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga dan motivasi dalam keputusan berkunjung ke event Raisa Live In Concert 2023. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di event Raisa Live In Concert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di event Raisa Live In Concert. Hasil variabel Harga 0,016%, dan Variabel Motivasi 0,244% terhadap Keputusan Berkunjung.

Kata kunci: Pengaruh Harga, motivasi, keputusan berkunjung, event

LATAR BELAKANG

Menurut H Alkhair et al., 2019 salah satu sumber penyumbang devisa utama Indonesia adalah pariwisata. Pada era moderen, festival musik telah menjadi salah satu faktor yang mendorong wisatawan untuk pergi. Peningkatan minat pariwisata di bidang festival musik ini dianggap sebagai salah satu faktor penyebabnya. Festival musik juga memiliki huungan dalam industri pariwisata, karena mampu menarik wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk berkunjung dan menikmati festival musik yang diadakan di Indonesia. Festival musik termasuk sebagai atraksi dalam pariwisata. Menurut MFR Umar et al., 2019 musik juga digunakan sebagai cara untuk menyatukan orang dengan orang lain dan membentuk komunitas atau fans club dengan tujuan memiliki kesamaan dalam menyukai seorang publik figure dan berusaha mendukung dan mendukung public figure tersebut. Dalam festival musik juga melibatkan beberapa orang maupun brand, bertujuan sebagai media sponsor maupun memasarkan sebuah perusahaan dalam rangka memperkenalkan atau meningkatkan penjualan suatu produk.

Salah satu strategi untuk berhasil dalam persaingan adalah menetapkan harga yang kompetitif dengan layanan sejenis. Penetapan harga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan jumlah penjualan suatu perusahaan. Dengan menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dan menyajikan kualitas yang memadai, perusahaan dapat menarik minat konsumen

Received Desember 30, 2023; Revised Januari 31, 2024; Maret 02, 2024

* Farrah Puspita Fauzy, *Farraafau24@gmail.com*

untuk mengonsumsi produk tersebut. Harga merujuk pada jumlah uang yang diminta untuk sebuah produk atau layanan, atau nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut. Keputusan menetapkan harga merupakan aspek krusial dalam pengelolaan pemasaran

Salah satu faktor yang membuat fans menonton konser adalah harga tiket yang terbilang terjangkau, Penggemar yang terlalu terobsesi dengan idolanya cenderung memiliki keinginan kuat untuk menonton konser idola tersebut. Pengaruh motivasi ini kemudian mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli tiket konser raisa yang sebelumnya gagal. Dalam penelitian Wandini (FK Nisa et al., 2023) terbukti berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut (U Maranisya et al., 2022) Harga adalah sejumlah uang keseluruhan yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk memperoleh suatu produk atau layanan tertentu. Menurut G Al Kahfi et al., 2022 Harga yang disajikan kepada pelanggan mencerminkan biaya yang perlu dikeluarkan dalam suatu transaksi. Sementara dalam konteks penyelenggaraan acara, harga merupakan nilai jual yang diajukan kepada pengunjung agar mereka bisa mengikuti atau menikmati acara tersebut, hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Buchari Alma (2018:171) yang menyatakan bahwa "Harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan memberikan kepuasan kepada konsumen." Dimensi harga: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga.

Motivasi

Menurut (H Alkhair et al., 2019) motivasi untuk mengikuti berbagai acara festival, dengan total 31 komponen motivasi. Di kelompokkan menjadi enam kategori: eksplorasi budaya, acara yang diperbarui, pemulihan ke kondisi awal, sosialisasi grup yang dikenal, sosialisasi dari luar, dan tidak seorang diri. Analisa motivasi dengan fokus pada mereka yang mengikuti parade, perayaan makanan, konser musik, dan acara hiburan. Di mana motivasi berbeda berdasarkan pengunjung tergantung pada jenis acara yang ingin di kunjungi.

Menurut (Tanisha & Yuliati, 2018) faktor faktor yang memotivasi menonton konser yaitu: nostalgia, aesthetic, escape, physical attractive of the artist, status enhancement, physical skill of the artist, social interaction, experience new and concertspecific music, hero worship, dan uninhibited sedangkan behavior,

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan melakukan survei data dengan memberi responden angket atau kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah: Data primer adalah data yang diambil langsung oleh peneliti langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah pihak dari penonton konser Raisa Live In Concert, Data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

Hasil validitas diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden awal dengan tujuan untuk menilai kevalidan setiap item dalam tiap pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pernyataan dari setiap variabel memiliki nilai (Rhitung) yang lebih besar dari nilai Rtabel (0,199), menandakan kevalidan item pernyataan tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai instrumen untuk mengukur pengaruh Korean Wave dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha dari setiap variabel melebihi 0,933, menegaskan kehandalan item pernyataan sebagai instrumen pengukuran yang dapat dipercaya.

Karakteristik Responden

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa dalam data demografis menunjukkan hasil jenis kelamin lebih di dominasi pada perempuan sebesar (30,21%) sedangkan laki-laki (69,8%). Hasil usia di dominasi oleh usia remaja usia 21-25 tahun yaitu sebanyak (58,3%). Hasil pendidikan menunjukkan dominasi oleh D3/S1 (66%). Hasil pekerjaan menunjukkan rata-rata responden di dominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak (36%). Hasil pendapatan di dominasi oleh responden yang berpenghasilan sebanyak Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 (54%) hal ini terjadi di karenakan campuran antara seberapa pekerjaan lain nya seperti swasta, PNS, dan Lain nya. Hasil domisili di dominasi oleh responden yang berdomisili di Jakarta sekitar (25%) dan domisi terjauh dari lokasi venue yaitu berada di Malaysia dan Batam. Dan hasil responden yang tergabung dalam fanbase di dominasi oleh jawaban "Iya" sebanyak (79%).

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan regresi linear berganda mengungkapkan apakah terdapat atau tidaknya pengaruh dari variabel harga tiket dan motivasi secara terpisah terhadap variabel keputusan berkunjung. Persamaan regresi yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut: Koefisien Harga sebesar 0,016 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga dalam satuan tertentu akan menghasilkan peningkatan Keputusan berkunjung sebesar 0,016%, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Koefisien Motivasi sebesar 0,244 menunjukkan bahwa setiap peningkatan motivasi dalam satu satuan angka akan menghasilkan kenaikan keputusan berkunjung, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Telah diuji dengan nilai t-hitung sebesar 0,421. Karena nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel (1,988), maka hipotesis pertama H_0 tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Harga (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Sedangkan variabel motivasi Pengaruh Motivasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Telah diuji dengan nilai t-hitung sebesar 7,596. Karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel (1,988), maka hipotesis kedua H_0 dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Motivasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif deskriptif, berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga Tiket dan Motivasi berkunjung Terhadap Keputusan Berkunjung di Event Raisa Live In Concert". Berdasarkan analisis data yang telah

dikumpulkan dan melakukan pengujian yang dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di event Raisa Live In Concert.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di event Raisa Live In Concert.

DAFTAR REFERENSI

- Alkahfi, G., Dewi, L., & Maranisya, U. (2022). The Influence Of Guest Stars, Prices, And Event Marketing On The Decision Of Tourists Visiting The Allobank Festival. *International Journal Of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 2(2), 306-314.
- Maranisya, U., & Putri, S. A. (2022). Pengaruh harga dan sistem penjualan tiket terhadap kepuasan penonton di event konser Be The Sun In Jakarta 2022. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 3225-3232.
- Nuriah, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Asnidar (ed.)). CV. Pilar Nusantara.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). Pengaruh Fanatisme dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise KPOP (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup KPOP SVT di DKI Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449-460.
- Tanisha, S., & Yuliati, A. L. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Fansclub ARMY Menonton Konser BTS The Wings Tour In Jakarta. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 1-15.