



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 3838-3846

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Harga Tiket Dan Citra *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada *Event F1 Powerboat* Di Danau Toba

Elman Kasih Gulo<sup>1✉</sup>, Sarah Rouli Tambunan<sup>2</sup>

Politeknik Negeri Medan

Email: [elmanguloooo@gmail.com](mailto:elmanguloooo@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh harga tiket dan citra acara terhadap keputusan pengunjung untuk menghadiri *event F1 Powerboat* di Danau Toba. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kajian ini merupakan kajian kuantitatif. Kaedah pengumpulan data menggunakan tinjauan soal selidik terhadap 100 orang responden. Jumlah responden ditentukan untuk rumus Lemeshow dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. *Software* SPSS Seri 26 2024 digunakan untuk menganalisis data Melalui analisis regresi linier berganda, peneliti dapat mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan mengikuti *event F1 Powerboat*. Hasil uji t juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Selanjutnya, Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan citra *event* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung *event F1 Powerboat* 2024 secara simultan. Selanjutnya Hasil determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa harga dan citra *event* mampu mempengaruhi keputusan berkunjung *event F1 Powerboat* 2024 sebesar 47,6% dan sisanya sebesar 52,4% di simpulkan oleh faktor lain yang belum diuji dalam penelitian ini. Variabel citra *event* lebih berpengaruh sebesar 0,700 dibanding variabel harga sebesar 0,281 yang dilihat dari hasil uji analisis regresi linear berganda.

Kata Kunci : *Harga, Citra Event, Keputusan Berkunjung*

## Abstract

This study aims to investigate the effect of ticket price and *event* image on visitors' decision to attend the F1 *Powerboat event* on Lake Toba. This study is a quantitative study. This study is a quantitative study. The method of data collection uses a survey question review of 100 respondents. The number of respondents was determined for Lemeshow's formula with sampling techniques using *nonprobability sampling*. Through multiple linear regression analysis, researchers can identify the effect of independent variables on the dependent variable. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect partially on the decision to take part in the F1 *Powerboat event*. The t test results also partially have a positive and significant effect on visiting decisions. Furthermore, the results of the F test show that the price and image of the *event* have a positive and significant effect on the decision to visit the F1 *Powerboat 2024 event* simultaneously. Furthermore, the results of determination (R<sup>2</sup>) show that the price and image of the *event* are able to influence the decision to visit the F1 *Powerboat 2024 event* by 47.6% and the remaining 52.4% is concluded by other factors that have not been tested in this study. The *event* image variable has a greater effect of 0.700 than the price variable of 0.281 as seen from the results of multiple linear regression analysis tests.

Keyword: Price, *Event Image*, *Visiting Decision*

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2023 F1 *Powerboat* dilaksanakan di Indonesia untuk pertama kali di Danau Toba, Sumatera Utara. Kemudian di tahun 2024 di bulan Maret, Indonesia kembali menjadi tuan rumah penyelenggaraan *event* F1 *Powerboat* dengan menggandeng Injourney sebagai *event organizer* dan berkolaborasi dengan Pertamina. *Event* ini dilaksanakan tiga hari dimulai tanggal 1 sampai dengan 3 Maret 2024 area Pelabuhan Muliaraja Napitupulu dan Lapangan Sisingamangaraja. Danau Toba kembali dipilih sebagai *venue* pertandingan F1 *Powerboat* adalah salah satu destinasi wisata yang memiliki ciri khas tersendiri sebagai danau vulkanik. Dengan terpilih Danau Toba sebagai *venue* F1 *Powerboat* pemerintah mengharapkan adanya *multiplier economy effect* terhadap area Danau Toba dan bisa memakmurkan UMKM Lokal. Untuk itu, Pemerintah telah membuat kontrak *venue* dengan U.I.M. selama 5 tahun *event* F1 *Powerboat* tahun 2024 sukses berhasil mendatangkan 70.000 pengunjung. Namun jumlah ini sebenarnya mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya dimana *event* F1 *Powerboat* 2023 berhasil mendatangkan 100.000 pengunjung ke Danau Toba. Padahal harga tiket yang ditawarkan pihak penyelenggara tidak berbeda dengan tahun sebelumnya. Menurut Dharmmesta dan Irawan (2015:242- 246) harga yang lebih rendah

atau setara dapat menyebabkan penawaran dan permintaan menjadi tinggi, sementara itu, harga yang tinggi mendorong peningkatan jumlah yang ditawarkan. Namun, dalam *event* F1 *Powerboat* 2024 dengan harga tiket yang ditawarkan sama dengan penyelenggaraan tahun sebelumnya justru mengalami penurunan pengunjung *event*.

Tabel 1. Harga Tiket Per-kategori

2024
<b>Harga Tiket</b>
<b>Paket 3 Hari:</b>
<b>Festival Rp 200.000</b>
<b>Grandstand B Rp 500.000</b>
<b>Grandstand A Rp 500.000</b>

Keputusan berkunjung dalam sebuah *event*, juga dapat dipengaruhi oleh citra *event*. Citra merupakan persepsi seseorang terhadap suatu objek. Citra dapat dibentuk melalui pengetahuan dan pengalaman seseorang akan suatu objek. Berbagai pemberitaan yang beredar terkait *event* F1 *Powerboat* khususnya di tahun 2023 dapat membentuk persepsi yang baik akan *event* dan penyelenggaraan *event* dan bisa berdampak pada citra *event* di tahun tahun berikutnya.

Dari berbagai pemberitaan, dapat dilihat bahwa antusias akan F1 *Powerboat* ini disebabkan karena *event* olahraga berskala internasional sangat jarang diadakan di Sumatera Utara sehingga menjadi *event* yang ditunggu. Cabang olahraga yang dipertandingkan dalam F1 *Powerboat* bukanlah olahraga yang umum diselenggarakan di Indonesia sehingga mengundang rasa penasaran untuk melihat *event* tersebut. Berita tentang kesuksesan *event* F1 *Powerboat* tahun 2023 yang banyak disorot oleh media mencerminkan reputasi dan identitas acara tersebut, serta nilai-nilai dan pengalaman yang ditawarkan oleh *event* kepada pengunjung sehingga citra yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan kesuksesan *event*.

F1 *Powerboat* 2024 terkesan tiba-tiba diselenggarakan, bisa dilihat dari kurangnya promosi seperti pemberitaan, iklan dan informasi tentang F1 *Powerboat* 2024, sehingga masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai *event* tersebut sehingga membuat berkurangnya pengunjung untuk datang. Pemberitaan dan iklan yang kurang justru mendapat respon yang kurang baik dari masyarakat karena informasi tentang *event* F1 *Powerboat* tersebut tidak tersampaikan dengan baik sehingga *event* F1 *Powerboat* tidak bisa dinikmati oleh semua orang.

## METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi metode kuantitatif untuk mengidentifikasi variabel independen, membandingkannya dan menghubungkannya dengan variabel lain. Guna untuk memperoleh hasil dan informasi mengenai bagaimana Pengaruh Harga Tiket dan Citra *Event* terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event F1 Powerboat* di Danau Toba. Dalam penelitian ini, Pengunjung yang ikut dalam *event F1 Powerboat* di Danau Toba pada tahun 2024 dijadikan sebagai objek analisis. Penelitian ini dilaksanakan secara terstruktur dengan mendistribusikan kuesioner secara daring melalui platform Google Form.

Ruang lingkup penelitian ini mencakup pengaruh fasilitas dan aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung, dengan mempertimbangkan aspek kualitas harga tiket dan citra *event*, selama acara. Batasan penelitian mencakup peserta yang datang pada *event F1 Powerboat* di Danau Toba pada tahun 2024. Data primer dan data cadangan dicakup sebagai data yang dipakai dalam pengolahan data. Populasi yang dipakai untuk penelitian ini berfokus pada pengunjung di *event F1 Powerboat* pada tahun 2024 sebanyak 100 pengunjung. *Nonprobability sampling* yang dipakai untuk penelitian ini adalah Lemeshow. Dalam penelitian ini, sampel yang mencakup semua pengunjung *F1 Powerboat* pada tahun 2024, yang berjumlah 100 Pengunjung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

#### 1) Hasil Uji Validitas

Semua pernyataan variabel dianggap valid Karena nilai  $r$  yang dihasilkan lebih besar daripada nilai  $r$  0.3338. Temuan ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan adalah valid. Dengan demikian, penelitian ini dapat melanjutkan ke tahap pengujian reliabilitas.

#### 2) Hasil Uji Reliabilitas

Harga ( $X_1$ ) adalah 0,960, Citra *Event* ( $X_2$ ) adalah 0,660, dan Keputusan Berkunjung ( $Y$ ) adalah 0,918. Hal ini mengindikasikan untuk dua instrumen variabel melebihi 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60), sehingga bisa diambil kesimpulan kalau item dalam kuesioner penelitian ini dianggap reliabel.

#### 3) Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Nilai Asymp. Sig (2-tailed) ialah 0,59. Nilai signifikansi yang didapatkan 0,59 lebih besar dibandingkan 0,05, mengindikasikan bahwa data uji mengikuti pola distribusi

normal.

b. Uji Multikolinieritas

Nilai VIF untuk seluruh variabel independen di bawah 10, serta nilai toleransi melebihi 0,1. Ini memperlihatkan tidak terdapat multikolinieritas antara variabel-variabel dalam penelitian, oleh karena itu, model regresi dapat dimanfaatkan untuk keputusan berkunjung berdasarkan variabel harga dan citra *event*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi untuk variabel Harga ialah 1,00, lebih besar dibandingkan  $\alpha=0,05$ . Sementara itu, nilai signifikansi pada variabel Citra *Event* adalah 0,413 lebih besar dari  $\alpha=0,05$ . Maka, tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi.

4) Uji Analisis Linear Berganda

Persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 19.879 + 0.281x_1 + 0.700x_2 + e$$

Hasil persamaan linier berganda tersebut bisa dijelaskan:

- a. Nilai  $\alpha$  sebesar 19.879 dengan tanda positif menunjukkan bahwa koefisien konstanta ini memiliki hubungan langsung dengan variabel dependen. Dengan demikian, menyimpulkan nilai Keputusan Berkunjung (Y) akan sebesar 19.879 jika variabel harga dan citra *event* bernilai nol.
- b. Nilai koefisien regresi ( $\beta_1$ ) sebesar 0.281 jika terjadi kenaikan pada harga, maka variabel keputusan berkunjung bisa meningkat sebanyak 0,281
- c. Nilai koefisien regresi ( $\beta_2$ ) sebesar 0.700. Hal tersebut diartikan jika terjadi kenaikan pada citra *event* maka variabel keputusan berkunjung akan meningkat sebanyak 0,700.

Berdasarkan model regresi linear berganda, Citra *Event* dengan koefisien regresi 0,700 secara signifikan mempengaruhi pengunjung dan menunjukkan bahwa citra *event* merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan pengunjung.

5) Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Didapat simpulan bahwa:

- Variabel Harga (X1) mempunyai nilai t-hitung sejumlah 5.368 dengan tingkat signifikan 0,000.  $t\text{-hitung } 5,368 > t\text{-tabel } 1,984$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada *event* F1 *Powerboat*
- Variabel Citra *Event* (X2) memiliki nilai t-hitung sejumlah 5.600 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai t-hitung 5.600 lebih besar dari t-tabel 1,984 serta tingkat

signifikansi 0,040 lebih kecil dari 0,05, memperlihatkan variabel citra *event* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada *event* F1 *Powerboat*.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Sejumlah 45.933 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan demikian, nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai F-hitung  $45.933 > 2,87$  menunjukkan adanya pengaruh simultan dari harga (X1) dan citra *event* (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada *event* F1 *Powerboat*.

c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) atau R-square

Nilai determinasi terdapat pada R square. Nilai koefisien determinasi adj R<sup>2</sup> adalah 0,486. Menyimpulkan seluruh variabel independen, yaitu harga dan citra *event*, mempengaruhi Keputusan Berkunjung sebesar 48,6%, sementara 51,4% sisanya tidak diteliti kedalam penelitian ini.

## 4.2 Pembahasan

### 1) Pengaruh Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* F1 *Powerboat* di Danau Toba

Dari hasil pengujian menggunakan model regresi linear berganda dan uji-t, dapat dinyatakan harga terbukti memberikan kontribusi terhadap keputusan berkunjung. Hal ini tercermin dari nilai koefisien variabel harga, yang t-hitung sejumlah 5,368 yang lebih besar daripada t-tabel 1,984, dan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian secara parsial mengindikasikan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Nilai koefisien regresi ( $\beta_1$ ) sejumlah 0,281 memperlihatkan bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Hal ini artinya bahwa apabila harga ditingkatkan, Keputusan Berkunjung juga akan meningkat. Maka demikian, bisa diambil kesimpulan bahwa Ha1(hipotesis alternatif pertama) disetujui.

### 2) Pengaruh Citra *Event* terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* F1 *Powerboat* di Danau Toba

Dari hasil uji regresi linier berganda dan uji-t, didapatkan hasil citra *event* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini terlihat dari nilai koefisien variabel citra *event*, di mana t-hitung adalah 5.600 yang lebih besar dari t-tabel 1,984, serta nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Pengaruh dari citra *event* ditunjukkan positif dikarenakan apabila item indikator citra *event* meningkat. Nilai koefisien regresi ( $\beta_2$ ) sebesar 0,700 memperlihatkan bahwa variabel citra *event* (X2) memiliki pengaruh

positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Artinya, jika citra *event* dinaikkan, demikian Keputusan Berkunjung akan meningkat. Maka, bisa ditarik kesimpulannya bahwa Ha2(hipotesis alternatif kedua) diterima.

### 3) Pengaruh Harga dan Citra *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung

Dari hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F), dapat dinyatakan bahwa harga dan citra *event* memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung. Ini terlihat dari nilai signifikan yang kurang dari 0,05, yaitu  $0,000 < 0,05$ , serta nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel, yaitu F-hitung 45,933 > F-tabel 3,09. Dari hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R<sup>2</sup> sejumlah 0,486. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara harga, citra *event*, dan keputusan berkunjung adalah sebesar 48.6%, sementara selebihnya 51,4% diuraikan dari faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan dari hasil di atas, didapat simpulan bahwa harga dan citra *event* mempunyai aspek yang penting untuk mempengaruhi Keputusan Berkunjung. Dengan demikian, harga dan citra *event* merupakan faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung .Apabila sebuah *event* memiliki harga dan citra *event* yang baik dan juga mudah maka orang-orang akan merasa puas terhadap *event* tersebut.

## SIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan hasil Pengaruh Harga dan Citra *Event* terhadap Keputusan Berkunjung pada *event* F1 *Powerboat* di Danau Toba, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengikuti *event powerboat* F1 di Danau Toba secara parsial. Selain itu, citra *event* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada acara yang sama. Terakhir, baik harga maupun citra *event* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada *event* F1 *Powerboat* di Danau Toba secara simultan. Harga, Citra *Event*, dan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 48.6%, sementara selebihnya 51,4% diuraikan dari faktor lainnya yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bendibao. (2023). *Bagaimana pemirsa Kejuaraan Powerboat Zhengzhou 2023 bermain?*  
Diakses pada 17 April 2024, dari <https://www.bendibao.com>
- Deng, C. Q., Li, M., & Shen, H. (2015). Developing a measurement scale for *event* image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(2), 250. <https://doi.org/10.xxxx>
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2015). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Dumadi, Wulandari, K. H., & Syaifulloh, M. (2021). Pengaruh brand image dan harga tiket terhadap minat pengunjung wisata Pulau Cemara Brebes. *Jurnal Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(2), 411-412.
- Firmansyah, A. M. (2019). *Buku pemasaran produk dan merek*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gultom, B. S. (2022). *Pengaruh harga, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket perjalanan wisata pada PT MBZ Travel4Pulau Medan* (Skripsi Sarjana, Politeknik Negeri Medan).
- Harian China. (2024). *Pembelian tiket*. Diakses pada 29 April 2024, dari <https://muave.grandprixofbinhdinh.com>
- Hidayah, F., Panjaitan, S. B., & Harianto, F. (2021). Brand image game Mobile Legends terhadap minat bermain. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 64.
- Ismail, F. F., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh event pariwisata dan physical evidence terhadap keputusan berkunjung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(4), 1362.
- Jingzi, X. (2023). *Tiket untuk Kejuaraan Dunia Powerboat F1 laris manis*. Diakses pada 21 April 2024, dari <https://www.sportsohu.com>
- Jukita, F. (2023). *Pengaruh sport event, destination image, dan fasilitas halal terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dalam perspektif ekonomi Islam* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri).
- Juraidi. (2024). *Injourney: Pengunjung F1 Powerboat 2024 mencapai 70.000 orang*. Diakses pada 15 April 2024, dari <https://www.antaranews.com>
- Krisdianto, K. Y. (2020). *Pengaruh citra destinasi dan harga serta word of mouth terhadap keputusan berkunjung wisata Pantai Papuma Jember* (Disertasi Doktoral, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember).
- Lesjak, M., Axelsson, E. P., & Mekinc, J. (2017). Sports spectators tourism reason when attending major sporting events: Euro Basket 2013, Koper, Slovenia. *European Journal of Tourism Research*, 16, 77.
- Nailufar, S. A. (2021). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap minat beli penumpang pada maskapai Citilink rute Pontianak–Surabaya* (Disertasi Doktoral, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Puspapertiwi, R. E., & Dzulfaroh, N. A. (2024). *Tiket F1 Powerboat Danau Toba dijual mulai dari Rp 200.000, ini cara belinya*. Diakses pada 20 April 2024, dari

<https://www.kompas.com>

- Siswanto, S. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif korelasional*. Klaten: BOSSCRIPT.
- Solanellas, F., Muñoz, J., & Petchamé, J. (2022). An examination of ticket pricing in a multidisciplinary sports mega-event. *Economies*, *10*(12), 322. <https://doi.org/10.xxxx>
- Thien, L. (2023). *Menjual 10.000 tiket kepada penonton menyaksikan Lomba Powerboat Professional Internasional UIM F1H2O*. Diakses pada 22 April 2024, dari <https://www.tuoitreonline.com>
- 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*, 100558. <https://doi.org/10.xxxx>
- Xia, F., & Xu, Y. (2024). Constructing influencing factors of sport event image and their consequential effect on tourists. *Journal of Sport & Tourism*, *28*(1-2), 39-58.
- Yosa, R. P. D., Suroso, A., & Setyanto, P. R. (2021). The effect of event image on revisit intention with perceived value as a mediating variable. *In Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* (Vol. 2, No. 1), 877-878.
- Zhang, J. J., Smith, D. W., Pease, D. G., & Lam, E. T. (1998). Dimensions of spectator satisfaction toward support programs of professional hockey games. *International Sports Journal*, *2*(2), 3.