

PENGARUH HARGA TIKET DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA EVENT SAMOSIR MUSIC INTERNATIONAL

Widia Fraliska Simarmata¹, Rismawati Situmorang²

^{1,2)}Politeknik Negeri Medan

e-mail: widiasimarmata28@gmail.com¹, rismawatisitumorang2004@yahoo.com²

Abstrak

Festival Samosir Music International (SMI) merupakan event tahunan yang sejak 2023 menerapkan sistem tiket berbayar dan mengandalkan Instagram sebagai media promosi utama. Perubahan kebijakan ini diiringi fluktuasi jumlah pengunjung, sehingga perlu diteliti pengaruh harga tiket dan promosi terhadap keputusan berkunjung. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode purposive sampling dengan responden yang telah hadir minimal dua kali dalam dua tahun terakhir. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,578. Artinya, variabel harga tiket dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi 57,8% keputusan berkunjung. Sisanya, 42,2%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti fasilitas, lokasi, dan lineup artis. Simpulan penelitian menegaskan bahwa harga tiket dan promosi memiliki dampak yang signifikan, sehingga manajemen festival perlu mempertimbangkan kedua aspek ini secara strategis untuk mendukung pertumbuhan SMI sebagai daya tarik pariwisata dan ekonomi kreatif daerah.

Kata kunci: Harga Tiket, Promosi, Keputusan Berkunjung, Samosir Music International

Abstract

The Samosir Music International (SMI) Festival is an annual event that, since 2023, has implemented a paid ticket system and utilized Instagram as its primary promotion medium. This policy change was accompanied by fluctuations in visitor numbers, prompting this study to investigate the influence of ticket price and promotion on the decision to attend. This quantitative research employed a purposive sampling method, with respondents who had attended the festival at least twice in the last two years. The results of the regression analysis show a coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.578. This indicates that the variables of ticket price and promotion collectively influence 57.8% of the visitation decision. The remaining 42.2% is influenced by other factors outside this study, such as facilities, location, and artist lineup. The study concludes that ticket price and promotion have a significant impact. Therefore, the festival management needs to strategically consider both aspects to support the growth of SMI as a regional tourism and creative economy attraction.

Keywords: Ticket Price, Promotion, Visitation Decision, Samosir Music International Festival

PENDAHULUAN

Samosir Music International 2023 diselenggarakan selama dua hari, 25-26 Agustus 2023, dan dihadiri oleh musisi dan seniman dari tiga negara: Italia, Austria, dan Malaysia, dengan total 24 peserta. Kembalinya SMI pada tahun 2024, yang dijadwalkan pada 9-11 Agustus, disambut dengan inovasi-inovasi baru yang mengangkat acara ke tingkat yang lebih tinggi. Salah satu perubahan yang mencolok adalah perpanjangan durasi acara, yang kini berlangsung tiga hari, bukan dua hari. Acara tahun ini menampilkan berbagai tarian tradisional, termasuk tari tortor massal yang dibawakan oleh masyarakat setempat (komunitas Tuktuk), serta tarian kreasi yang menceritakan tentang gaya hidup masyarakat Batak di masa lalu. Berbeda dengan tahun lalu, sejak 2023 hingga Agustus 2024, panitia penyelenggara SMI menerapkan kebijakan tiket masuk.

Sejak tahun 2023, telah terjadi perubahan kebijakan tiket yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas acara, baik dari segi daftar penampilan maupun pengalaman pengunjung. Dengan dukungan pendapatan dari penjualan tiket, penyelenggara berharap dapat mendatangkan lebih banyak artis yang beragam dan membuat acara lebih menarik. Disaat yang sama promosi memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi public terhadap acara tersebut. Informasi tentang SMI dibagikan melalui berbagai kanal promosi digital, terutama akun Instagram resmi dan akun pribadi, serta beberapa berita local.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung SMI

No.	Tahun Pelaksanaan	Jumlah Pengunjung
1	2014	12.000 orang
2	2016	11.000 orang
3	2017	10.000 orang
4	2018	12.000 orang
5	2019	15.000 orang
6	2023	4.000 orang
7	2024	7.000 orang

Sumber: Founder SMI (2025)

Pada tahun 2023, SMI merupakan edisi yang keenam setelah sempat terhenti karena pandemi Covid-19. Total pengunjung menurun drastis menjadi 4.000 individu pada 2023 dan 7.000 individu pada 2024, yang jauh lebih rendah dibandingkan sebelum diberlakukannya kebijakan tiket. Penurunan jumlah pengunjung ini kemungkinan besar akibat dari penerapan kebijakan tiket. Berikut adalah tabel harga tiket untuk acara Samosir Music International yang berlaku mulai tahun 2023 dan 2024.

Tabel 2: Harga Tiket Masuk Event SMI Tahun 2023 & 2024

Tahun Pelaksanaan	Harga Tiket	
	Presale	Reguler
2023	2 days = 100.000	2 days = 125.000
2024	3 days = 125.000	3 days = 150.000

Sumber: Founder SMI (2025)

Sejak tahun 2023, penyelenggara menerapkan kebijakan harga tiket presale sebesar Rp100.000 dan tiket reguler sebesar Rp125.000, yang masing-masing berlaku selama dua hari penyelenggaraan. Namun, pada tahun 2024, terjadi perubahan harga dan durasi acara. Harga tiket presale menjadi Rp125.000, sementara tiket reguler menjadi Rp150.000, dan keduanya berlaku selama tiga hari. Dengan kata lain, meskipun harga tiket naik, perubahan ini juga mencakup perpanjangan durasi acara dari dua hari menjadi tiga hari. Oleh karena itu, perubahan harga ini jangan dianggap hanya sebagai kenaikan harga, melainkan sebagai penyesuaian yang mencerminkan nilai yang lebih besar bagi pengunjung.

Meskipun terjadi perubahan harga dan durasi acara, jumlah pengunjung justru meningkat secara signifikan. Pada tahun 2023, acara dihadiri oleh 4.000 orang, sementara pada tahun 2024, jumlahnya melonjak menjadi 7.000 pengunjung. Situasi ini menunjukkan fenomena menarik yang patut diteliti: penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2023 yang kemudian diikuti peningkatan pada tahun 2024. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting dalam menganalisis dampak harga tiket dan promosi terhadap keputusan pengunjung untuk menghadiri acara Samosir Music International pada tahun 2023 dan 2024.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengunjung event Samosir Music International (SMI) yang telah berkunjung sebanyak dua kali dalam kurun waktu dua tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang dihitung menggunakan rumus Cochran. Data diperoleh dari dua sumber: data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan sumber tertulis lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Uji Normalitas

Normalitas berfungsi untuk menilai apakah model regresi, variabel terikat, dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal. Model regresi yang berkualitas akan menunjukkan distribusi normal atau mendekati normal. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,200, yang lebih tinggi dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal..

B. Uji Multikolinearitas

Ujian ini dimaksudkan untuk meninjau bagaimana variabel independen berasosiasi dengan variabel dependen dalam pola regresi. Untuk meninjau multikolinearitas, Kami menghitung Nilai Toleransi atau Faktor Inflasi Varians (VIF). Ketentuannya adalah apabila angka toleransi lebih dari 0,1 dan VIF lebih dari 10, multikolinearitas kemungkinan terjadi di antara variabel-variabel dalam pola. Data menunjukkan bahwa VIF untuk variabel X1 (Harga Tiket) adalah 1,069, dan untuk variabel X2 (Promosi) adalah 1,609. Kedua nilai VIF tersebut berada di bawah 10. Nilai toleransi untuk X1 (Harga Tiket) dan X2 (Promosi) keduanya adalah 0,935, yang lebih tinggi dari 0,01. Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam pola ini.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat disparitas varians dalam sisa antara berbagai pengamatan dalam model regresi. Dalam studi ini, analisis scatter plot digunakan sebagai dasar untuk hasil uji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil scatter plot dari penelitian ini, terlihat bahwa titik-titik tidak menunjukkan rupa jelas dan terdapat baik di bagian atas maupun bawah garis nol pada sumbu Y. Jadi, bisa disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengandung heteroskedastisitas, sehingga data tersebut dapat digunakan untuk meramalkan keputusan kunjungan dengan mempertimbangkan variabel harga tiket dan promosi.

D. Uji Regresi Linear Berganda

Rumus untuk regresi linier berganda dituliskan seperti ini:

$$Y = 13,586 + 0,466 X1 + 0,276 X2$$

Penjelasan terkait hasil dari persamaan linier berganda ini adalah sebagai berikut:

- Konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 13,586. Ini menunjukkan bahwa jika variabel independen naik, maka variabel dependen juga akan mengalami peningkatan.. Dengan kata lain, jika tiket dan promosi diabaikan, keputusan untuk berkunjung (Y) akan bernilai 13,586.
- Koefisien regresi bagi variabel harga tiket menampilkan angka positif 0,466. Ini bermakna, jika harga tiket naik 1% atau satu unit, keputusan untuk berkunjung akan bertambah sebesar 0,466% dan tingkat signifikansinya mencapai 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa tarif tiket memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- Koefisien regresi untuk variabel promosi pun menunjukkan angka positif, yakni 0,276. Ini berarti, jika promosi meningkat sebesar 1% atau satu unit, keputusan berkunjung akan naik 0,276% dan juga memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Dengan demikian, promosi turut memberikan efek positif yang besar pada pilihan untuk berkunjung.

Dari Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang paling berpengaruh adalah keputusan berkunjung adalah harga tiket, yang mempunyai koefisien regresi tertinggi yakni 0,466, diikuti oleh faktor promosi yang memiliki koefisien regresi 0,276. Dalam model ini, harga tiket memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan promosi terhadap keputusan berkunjung di acara Samosir Music International.

E. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh simpulan sebagai berikut:

- Variabel Harga Tiket (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 9,176 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai t-hitung (9,176) > t-tabel (1,661) dan signifikansi (0,000) < 0,05, maka Harga Tiket terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Dengan demikian, Ha1 diterima.
- Variabel Promosi (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar 4,731 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai t-hitung (4,731) > t-tabel (1,661) dan signifikansi (0,000) < 0,05. Selain itu, koefisien regresi positif (0,276) mengindikasikan pengaruh yang positif. Oleh karena itu, Promosi juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung (Y), sehingga Ha2 diterima.

F. Uji Simultan (Uji F)

Menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F yang dihitung adalah 68,769 yang lebih tinggi dari nilai F tabel 3,09.. Jika probabilitas pengambilan keputusan berkunjung kurang dari 5% dan jumlah tiket terjual lebih dari 3,09 berarti harga tiket dan promosi mempunyai pengaruh yang kuat. Harga mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan promosi. Hipotesis penelitian ini diterima, namun hipotesis lainnya ditolak.

G. Hasil Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R Square menunjukkan adanya hubungan antara harga tiket, promosi, dan keputusan berkunjung dengan angka sebesar 0,578. Angka ini mengindikasikan bahwa 57,8% variansi dalam keputusan berkunjung dijelaskan oleh variabel bebas, yaitu harga tiket dan promosi. Sementara itu, 42,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti fasilitas, lokasi, dan artis yang tampil.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan studi telah dilakukan, diperoleh bahwa nilai untuk variabel harga tiket memiliki hitung 9,176 yang lebih tinggi dibandingkan ttabel 1,661, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel harga tercatat 0,466 sebagai nilai positif. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pilihan pengunjung untuk hadir di Samosir Music International. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merasa bahwa harga tiket yang ditetapkan cukup terjangkau dan sesuai dengan kualitas acara, manfaat, pengalaman, serta nilai yang mereka terima.

Penelitian itu juga menunjukkan bahwa harga tiket memiliki pengaruh yang berarti terhadap keputusan untuk menghadiri acara F1 Powerboat Di Danau Toba. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan terhadap keputusan hadir di event F1 Powerboat Di Danau Toba. Ini mengindikasikan bahwa semakin sesuai harga tiket dengan kualitas acara, manfaat, pengalaman, serta nilai yang dirasakan oleh pengunjung, dan jika harga tersebut terjangkau bagi audiens target, maka akan ada kecenderungan yang lebih besar bagi pengunjung untuk memutuskan hadir di Samosir Music International.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung

Menurut temuan dari penelitian, diperoleh nilai untuk variabel promosi dengan thitung mencapai 4,731 yang lebih tinggi dari ttabel 1,661, dan dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Selain itu, koefisien regresi untuk variabel harga menunjukkan angka positif sebesar 0,466. Dari hal ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan pilihan pengunjung untuk menghadiri acara Samosir Music International. Dengan demikian, semakin efektif strategi promosi yang dilakukan oleh penyelenggara SMI, semakin besar kemungkinan pengunjung untuk hadir di acara tersebut.

Penemuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Khadafi & Berutu (2024) berjudul yang menyatakan bahwa promosi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung dalam acara Deliland Festival 2023 di Medan. Temuan ini bahwa promosi untuk SMI sudah cukup efektif dalam menjangkau target audiens dengan intensitas yang konsisten, disertai dengan pesan yang menarik, menggunakan media yang tepat, dan dengan waktu penyampaian yang cukup sesuai.

3. Pengaruh Harga Tiket dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa harga tiket (X1) dan promosi (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan untuk menghadiri acara (Y) dengan nilai 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 dan nilai F hitung mencapai 68,769 yang lebih tinggi dibandingkan Ftabel 3,09. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua faktor ini memiliki peran penting dalam menentukan pilihan untuk menghadiri acara Samosir Music International. Ini menunjukkan bahwa kedua elemen tersebut bersinergi dalam mempengaruhi keputusan pengunjung untuk menghadiri acara tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Khadafi & Berutu (2024), yang juga menemukan bahwa harga dan promosi secara bersamaan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menghadiri acara musik. Kombinasi kedua faktor ini sangat penting karena harga memberikan persepsi nilai dan promosi meningkatkan ekspektasi serta kesadaran. Dari data yang ada, diketahui bahwa harga tiket adalah variabel yang lebih kuat daripada promosi terkait keputusan berkunjung. Nilai t yang dihitung adalah 9,176, yang lebih tinggi dari nilai t kritis sebesar 1,661, dan tingkat signifikansinya adalah 0,000, yang kurang dari 0,05, serta koefisien regresi sebesar 0,466.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa harga tiket dan promosi memberikan dampak yang baik dan berarti terhadap keputusan untuk menghadiri acara Samosir Music International. Faktor yang paling dominan yaitu harga tiket, menunjukkan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan kualitas acara dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung. Di samping itu,

promosi memiliki peranan penting dalam menarik perhatian serta membangkitkan minat untuk hadir. Secara keseluruhan, kedua faktor tersebut menjelaskan 57,8% keputusan untuk datang, sementara sisanya 42,2% dipengaruhi oleh elemen lain seperti fasilitas, lokasi, kenyamanan, keamanan, serta artis yang tampil.

DAFTAR PUSTAKA

- Beslar, R. V., Lapian, J., & Samadi, R. (2022). Pengaruh harga dan promosi pada keputusan berkunjung wisatawan di Taman Laut Bunaken. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba>
- Fauzy, F. P., & Maranisya, U. (2024). Pengaruh harga tiket dan motivasi dalam keputusan berkunjung di event Raisa Live In Concert. *Journal of Student Research*, 2(2), 174–177.
- Gulo, E. K., & Tambunan, S. R. (2025). Pengaruh harga tiket dan citra event terhadap keputusan berkunjung pada event F1 Powerboat di Danau Toba. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 3838–3846. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Juriah, Elvina, & Asnora, F. H. (2025). Pengaruh digital marketing, persepsi konsumen, store atmosphere dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada Roxy Coffee, Rantauprapat. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1574–1586.
- Karmila, S. M., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh promosi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Prianka. Gallery Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 254–267.
- Khadafi, A., & Berutu, E. P. (2024). Pengaruh harga tiket dan promosi terhadap keputusan berkunjung di event Deliland Festival 2023. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 6273–6289. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/14238>
- Samsul, B. (2024). *Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung pada Event Motogp Lombok 2022* [Disertasi doktor, UIN Mataram]. Repotori Institusi UIN Mataram.
- Wicaksono, S. Y., & Mashariono. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiki di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2977>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.