

PENGARUH ATRAKSI HIBURAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH BADUT INDONESIA DI JAKARTA

Kusratno^{1*}, Aep Saefullah², Haria Saputri³

¹²³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GANESHA, Indonesia

Email: 1Kusratno200678@gmail.com , 2aep@stieganessa.ac.id , 3hariasaputri03@gmail.com.

^{*)} Corresponding Author

Abstract

Received: 10 Oktober 2025

Revised: 10 November 2025

Accepted: 10 Januari 2026

Published online:

Penelitian ini merupakan kajian orisinal yang berfokus pada analisis pengaruh atraksi hiburan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Badut Indonesia, sebuah perusahaan jasa hiburan yang berlokasi di Jakarta. Keaslian penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap hiburan tematik sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan, yang masih jarang diteliti dalam konteks industri hiburan anak di Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana atraksi hiburan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel atraksi hiburan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Hasil empiris menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,826, dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05 dan nilai t hitung yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa atraksi hiburan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, 17,4% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel hiburan. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi dan pengembangan variasi hiburan yang kreatif agar Rumah Badut Indonesia dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

Keywords:

Atraksi hiburan, Kepuasan pelanggan, Rumah Badut Indonesia

PENDAHULUAN

Industri hiburan anak semakin berkembang, dengan berbagai atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Salah satu bentuk hiburan yang banyak diminati adalah pertunjukan badut dan sulap, yang sering digunakan dalam berbagai acara seperti ulang tahun, festival, dan kegiatan promosi. Rumah Badut Indonesia merupakan salah satu penyedia jasa hiburan yang menawarkan atraksi badut dan sulap sebagai daya tarik utama bagi pelanggan. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kedua jenis atraksi ini terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana atraksi badut dan sulap dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Badut Indonesia (rumahbadutindonesia, 2025).

Tujuan utama pengusaha dalam bisnis ini adalah memberikan kepuasan Menurut (Hasudungan, 2024) Kepuasan konsumen tercermin dari perasaan positif atau negatif yang muncul setelah membandingkan apa yang mereka rasakan dengan ekspektasi mereka; apabila kinerja melebihi ekspektasi kepada pengunjung, karena pengunjung yang puas cenderung akan kembali. Berbagai upaya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen demi mencapai kepuasan, termasuk memastikan kesesuaian antara harapan dan kinerja produk, menumbuhkan minat untuk berkunjung kembali, serta mendorong keinginan untuk merekomendasikannya.

Pengaruh Atraksi Hiburan yang baik dapat meningkatkan intensitas, arah, dan ketekunan pengisi acara / talent, dalam bekerja, yang pada akhirnya akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Organisasi perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat Pengaruh Atraksi Hiburan secara efektif dan menciptakan lingkungan kerja untuk mencapai tujuan organisasi (Putri et al., 2022).

Manajemen memiliki peranan penting dalam memastikan seluruh sumber daya organisasi dapat berfungsi secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen tidak hanya berfokus pada perencanaan dan pengorganisasian, tetapi juga pada pengarahan serta pengendalian agar seluruh proses organisasi berjalan selaras dan optimal. Dalam konteks ini, fungsi-fungsi manajemen seperti yang dikemukakan oleh (CPFR & M.MPP, 2025) meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengendalian menjadi fondasi utama dalam mengelola berbagai aktivitas organisasi, baik di bidang bisnis maupun non-bisnis. Ruang lingkup manajemen mencakup pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, operasional, pemasaran, informasi, dan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi secara menyeluruh (Suryani & Rindaningsih, 2023).

Dalam ranah manajemen sumber daya manusia (SDM), pengelolaan karyawan secara strategis menjadi faktor penentu keberhasilan organisasi. Manajemen SDM berperan dalam memastikan bahwa setiap individu yang bekerja memiliki kompetensi, motivasi, dan etika kerja yang sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam industri hiburan seperti Rumah Badut Indonesia, karyawan berperan penting dalam menciptakan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan melalui penampilan yang menarik dan profesional. Tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh bagaimana karyawan melaksanakan tugasnya dengan sikap ramah, interaktif, serta penuh kreativitas (Wijaya, 2023). Dengan pengelolaan SDM yang efektif, perusahaan dapat

membangun keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas pelayanan dan produktivitas kerja yang berorientasi pada kepuasan pelanggan (Saefullah, 2022).

Atraksi hiburan merupakan salah satu komponen utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam konteks Rumah Badut Indonesia, atraksi badut menjadi bentuk hiburan yang paling menonjol karena mampu membangkitkan emosi positif, meningkatkan interaksi sosial, dan memberikan kenangan menyenangkan bagi pengunjung (Jaya & Zahara, 2022). Berdasarkan teori stimulus-respons, atraksi hiburan berperan sebagai stimulus yang memunculkan respons emosional dari pelanggan, seperti rasa gembira, puas, dan loyal terhadap tempat hiburan tersebut (Lephen et al., 2021). Variasi atraksi hiburan yang ditawarkan, seperti badut karakter, pertunjukan sulap, hingga fire dancer, menjadi faktor yang dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan pengunjung (Firlana et al., 2024).

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis. Menurut (Feri Fernandes Ginting, 2021), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja aktual produk atau layanan yang diterima. Ketika kinerja sesuai atau melampaui harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka muncul rasa kecewa. Tingkat kepuasan pelanggan juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan keputusan pembelian ulang (Inayah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan jasa hiburan perlu terus meningkatkan kualitas atraksi, pelayanan, serta kenyamanan fasilitas untuk menciptakan pengalaman yang berkesan dan konsisten.

Dalam konteks atraksi hiburan, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada beberapa faktor utama, seperti keunikan dan daya tarik atraksi, kualitas pertunjukan, kenyamanan fasilitas pendukung, serta harga yang sepadan dengan pengalaman yang ditawarkan. Penelitian mengenai hubungan antara atraksi hiburan dan kepuasan pelanggan menjadi penting untuk memahami bagaimana kualitas hiburan dapat memengaruhi persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap suatu tempat hiburan (Sahputro, 2025). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi manajemen hiburan yang berorientasi pada peningkatan kepuasan pelanggan di Rumah Badut Indonesia.

(a) Kesenjangan Penelitian

Meskipun penelitian mengenai kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks industri jasa, kajian yang secara spesifik meneliti pengaruh atraksi hiburan terhadap kepuasan pelanggan masih sangat terbatas, terutama pada sektor hiburan anak. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada pengaruh kualitas layanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, sementara aspek atraksi hiburan seperti pertunjukan badut dan sulap sering kali hanya diperlakukan sebagai elemen pelengkap. Dalam konteks Rumah Badut Indonesia, belum terdapat kajian empiris yang secara mendalam menilai bagaimana kualitas dan variasi atraksi hiburan memengaruhi persepsi serta kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu diisi, yaitu kurangnya pemahaman tentang peran spesifik atraksi hiburan sebagai faktor determinan dalam menciptakan pengalaman emosional dan kepuasan pelanggan di industri hiburan anak.

(b) Kebaruan Penelitian

Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang mengkaji secara simultan pengaruh dua bentuk atraksi utama yaitu atraksi badut dan atraksi sulap terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks industri hiburan anak di Indonesia. Penelitian sebelumnya cenderung membahas kepuasan pelanggan dari perspektif manajemen layanan secara umum, tanpa menyoroti peran hiburan sebagai variabel independen yang dapat memicu respons emosional pelanggan. Penelitian ini juga menggabungkan pendekatan teoritis stimulus-respons untuk menjelaskan bagaimana hiburan visual dan interaktif mampu membentuk persepsi positif serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada Rumah Badut Indonesia, yang merupakan salah satu penyedia jasa hiburan anak terkemuka, sehingga hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris baru terhadap literatur mengenai manajemen hiburan dan kepuasan pelanggan di konteks lokal.

(c) Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana atraksi hiburan khususnya pertunjukan badut dan sulap mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Badut Indonesia. Secara khusus, penelitian ini berupaya mengidentifikasi hubungan positif antara kualitas atraksi hiburan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menikmati layanan hiburan tersebut. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana manajemen hiburan dapat diterapkan secara strategis dalam meningkatkan pengalaman pelanggan melalui inovasi, kreativitas, serta profesionalitas karyawan yang terlibat dalam penyelenggaraan atraksi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi manajemen hiburan yang berorientasi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas jangka panjang di industri hiburan anak.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Rumah Badut Indonesia yang berlokasi di Alamat ini berada di Kp Gaga Rt 004 Rw 004 Kelurahan Semanan Kecamatan Kalideres Jakarta Barat , Alamat Kedua berada di Bekasi Timur Jalan Juyo Martono Rt 13 /Rw 02 Tambun selatan, Pada Waktu 23 September 2024 S/D 23 Maret 2025 Pemilihan lokasi ini didasarkan pada popularitas Rumah Badut Indonesia sebagai penyedia jasa atraksi hiburan badut dan sulap yang memiliki banyak pelanggan (Prasetyo, 2023).

Pendekatan penelitian yang digunakan ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian survei. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengukuran pengaruh atraksi hiburan terhadap kepuasan pelanggan secara objektif melalui analisis data numerik.

Populasi dalam suatu penelitian merupakan sekumpulan individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek adalah pelanggan Rumah Badut Indonesia di Jakarta yang telah menggunakan jasa atraksi hiburan badut dan sulap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan

adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu dengan kriteria responden yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan 40 responden (disebut purposive sampling / juga sering disebut judgmental sampling).

Teknik ini dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti survei, kuesioner, dan observasi, yang bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner tertutup. Kuesioner ini berisi pernyataan yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap atraksi hiburan.

Dan teknik ini menggunakan Observasi terstruktur teknik pengumpulan data yang saya lakukan dengan menggunakan pedoman atau format tertentu, seperti checklist, kuesioner observasi, maupun instrumen baku yang telah disusun sebelumnya. Melalui teknik ini, peneliti mencatat secara sistematis data yang diperoleh langsung dari objek yang diamati di lapangan. Oleh karena itu, observasi terstruktur dikategorikan sebagai data primer, karena informasi yang dikumpulkan berasal dari hasil pengamatan langsung peneliti terhadap fenomena yang sedang diteliti.

Setelah metode pengumpulan data telah dilakukan peneliti, lalu langkah yang akan dilakukan selanjutnya yaitu hasil data yang telah didapatkan oleh peneliti, akan diolah secara sistematis, agar data tersebut dapat digunakan sebagai perhitungan dalam analisis data demi mendapatkan hasil dari penelitian.

Dari teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden untuk mengukur pendapat serta persepsi individu responden terhadap satu masalah maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah skala likert Menurut Firlana 2024 Dan (Maulidiah et al. 2023) kemudian menggunakan program SPSS versi 27.

Tabel Skala Pengukuran Model Likert

Indikator	Keterangan	Bobot Penilaian
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Atraksi Hiburan (Fitaloka & Darmawan, 2025) dan Kepuasan Pelanggan (Suyono et al., 2020).

Uji Validitas adalah instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur . Bila kolerasi faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka instrument yang digunakan bisa dikatakan valid apabila semua indikator dalam

penelitian memiliki angka di atas 0,30 dibandingkan dengan angka-angka yang pada kolom corrected item-total correlation (CITC), dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $CITC > 0,30$ maka valid.
- Jika $CITC < 0,30$ maka tidak valid.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan testretsest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya, secara internal reabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu . Besarnya tingkat reabilitas ditunjukkan oleh koefisiennya, yaitu koefisien reabilitas.

Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach alpha, menurut (Forester et al., 2024), instrument penelitian dikatakan reliabel jika Cronbach alpha $> 0,60$ menunjukkan keandalan (reabilitas) instrument. Selain itu, Cronbach alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reabilitasnya.

Uji validitas dan uji reabilitas dilakukan menggunakan program data IBM SPSS 27. Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternative, yaitu:

- a. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
- b. Bila $r = +1$ atau mendekati +1 maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
- c. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negative.

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam model regresi, dengan nilai antara 0 hingga 1. Semakin tinggi R^2 , semakin besar kemampuan model menjelaskan perubahan pada Y. Misalnya, $R^2 = 0,82$ berarti 82% variasi Y dijelaskan oleh X, sedangkan 18% oleh faktor lain. Menurut M. Iqbal Hasan (2013), koefisien determinasi

merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) yang menunjukkan seberapa besar pengaruh X terhadap Y. Sementara itu, prinsip manajemen yang dikemukakan oleh Firlana (2024) dan Maulidiah et al. (2023) dapat diterapkan dalam analisis data agar proses pengukuran R^2 dilakukan secara sistematis dan efektif. Rumus koefisien determinasi dinyatakan sebagai $R^2 = (r)^2 \times 100\%$, di mana R^2 menggambarkan besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi variabel Y.

Rancangan Pengujian Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada/tidaknya pengaruh variabel bebas. Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah pengujian Hipotesis nol (H_0) menyatakan koefisien korelasinya tidak berarti/tidak signifikan, sedangkan hipotesis alternative (H_a) menyatakan bahwa koefisien korelasinya berarti/signifikan.

Perumusan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a):

$H_0 : \beta = 0$, artinya : Atraksi Hiburan Tidak Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.

$H_a : \beta \neq 0$, artinya : Atraksi Hiburan Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian Rumah Badut Indonesia merupakan penyedia jasa hiburan profesional yang berfokus pada pertunjukan badut dan atraksi kreatif di Jakarta. Berdiri sejak tahun 2010, Rumah Badut Indonesia telah berkembang menjadi penyedia layanan hiburan yang terpercaya, khususnya dalam menyemarakkan berbagai acara seperti ulang tahun anak, pesta sekolah, kegiatan komunitas, hingga acara perusahaan (Rumah Badut Indonesia, 2025).

Sejarah Singkat Rumah Badut Indonesia didirikan oleh sekelompok seniman jalanan yang memiliki semangat menghadirkan hiburan berkualitas. Pada awalnya, kegiatan mereka terbatas pada acara kecil di lingkungan sekitar. Namun seiring meningkatnya permintaan dan kepercayaan masyarakat, layanan tersebut berkembang pesat dan kini mencakup berbagai kalangan di Jakarta dan sekitarnya.

Layanan utama Rumah Badut Indonesia meliputi:

- Pertunjukan Badut Interaktif – Badut profesional yang berinteraksi langsung dengan penonton.
- Pertunjukan Sulap Anak – Atraksi sulap yang aman dan menarik bagi anak-anak.
- Dekorasi Balon dan Panggung – Penataan dekorasi meriah sesuai tema acara.
- Games dan Lomba Anak – Permainan yang melibatkan partisipasi aktif anak-anak.
- Kostum Karakter – Penyewaan kostum karakter populer untuk menambah keceriaan.

Target Pelanggan utama Rumah Badut Indonesia adalah keluarga dengan anak usia 3–12 tahun di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Selain itu, segmen pelanggan juga mencakup:

- Sekolah dan Lembaga Pendidikan, untuk kegiatan perpisahan dan pentas seni.
- Perusahaan, untuk acara family gathering dan promosi produk.
- Komunitas dan Organisasi Sosial, untuk kegiatan amal dan festival.

Dengan komitmen menghadirkan hiburan edukatif dan menyenangkan, Rumah Badut Indonesia terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan pelanggan.

Karakteristik Responden penelitian berjumlah 40 orang pelanggan Rumah Badut Indonesia. Data karakteristik mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan jenis acara yang menggunakan jasa hiburan.

Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Response	Persentase
Laki laki	32	80 %
Perempuan	8	20 %
Total	40	100 %

Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki (80%), yang umumnya berperan sebagai pengambil keputusan dalam penyelenggaraan acara keluarga.

Tabel Usia Respon

Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase
17-29 tahun	4	10 %
30-39 tahun	6	15 %
40 tahun ke atas	30	75 %
Total	40	100 %

Sebagian besar responden berusia 40 tahun ke atas (75%), kelompok usia yang relatif mapan secara ekonomi dan aktif dalam kegiatan keluarga.

Tabel Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Ibu Rumah Tangga	8	20 %
Wiraswasta dll	32	80 %
Total	40	100 %

Sebagian besar responden adalah wiraswasta (80%), yang lebih sering terlibat dalam penyelenggaraan acara anak-anak.

Tabel Jenis Acara

Jenis Acara	Jumlah Responden	Persentase
Ulang Tahun Anak	30	75 %
Acara Sekolah/Komunitas	6	15 %
Family Gathering	4	10 %
Total	40	100 %

Mayoritas pelanggan menggunakan jasa Rumah Badut Indonesia untuk acara ulang tahun anak (75%).

Tabel Deskripsi Data			Statistics			Berdasarkan Jenis Kelamin		
Statistics			RENTANG USIA					
JENIS KELAMIN								
N	Valid	40	N	Valid	40			
	Missing	0		Missing	0			
Mean		1.20	Mean		2.30			
Median		1.00	Median		3.00			
Mode		1	Mode		3			
Minimum		1	Minimum		1			
Maximum		2	Maximum		3			

JENIS KELAMIN					
		Frequenc		Valid	Cumulative
		y	Percent	Percent	Percent
Valid	LAKI	32	80.0	80.0	80.0
	LAKI				
	WANITA	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Dari 40 responden, 32 orang (80%) berjenis kelamin laki-laki dan 8 orang (20%) perempuan. Artinya, mayoritas pelanggan yang terlibat dalam pemesanan layanan hiburan adalah laki-laki.

Tabel Statistics Usia Frequency SPSS 27

RENTANG USIA					
		Frequen		Valid	Cumulative
		cy	Percent	Percent	Percent
Valid	USIA 17 S/D 29	9	22.5	22.5	22.5
	USIA 30 S/D 39	10	25.0	25.0	47.5
	USIA40 S/D KE	21	52.5	52.5	100.0
	ATAS				
	Total	40	100.0	100.0	

Sebagian besar responden berusia 40 tahun ke atas (52,5%), diikuti kelompok usia 30–39 tahun (25%) dan 17–29 tahun (22,5%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan utama Rumah Badut Indonesia berasal dari kelompok usia dewasa.

Tabel Pengujian Data Uji Validitas

Tabel Uji Validitas KORELASI SPSS 27.

	x1	x2	x3	x4	x5	y1	y2	y3	y4	y5	Total
Pearson Correlation	1	.684**	.535**	.629**	.451**	.677**	.497**	.660**	.475**		.770**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.001	.000	.002		.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40		40
Pearson Correlation	.684**	1	.713**	.523**	.610**	.564**	.624**	.642**	.549**	.657**	.829**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.535**	.713**	1	.644**	.523**	.588**	.641**	.501**	.669**	.657**	.823**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.629**	.523**	.644**	1	.692**	.629**	.778**	.529**	.757**	.567**	.829**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.451**	.610**	.523**	.692**	1	.525**	.746**	.633**	.578**	.606**	.785**
Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.677**	.564**	.588**	.629**	.525**	1	.758**	.497**	.582**	.475**	.770**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.001	.000	.002	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.677**	.624**	.641**	.778**	.746**	.758**	1	.570**	.738**	.679**	.885**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.497**	.642**	.501**	.529**	.633**	.497**	.570**	1	.545**	.584**	.744**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.660**	.549**	.669**	.757**	.578**	.582**	.738**	.545**	1	.605**	.823**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.475**	.657**	.657**	.567**	.606**	.475**	.679**	.584**	.605**	1	.791**
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.770**	.829**	.823**	.829**	.785**	.770**	.885**	.744**	.823**	.791**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

Tabel Uji Validitas KORELASI

NO	VARIABEL	KORELASI
1	X01	0,770
2	X02	0,829
3	X03	0,823
4	X04	0,829
5	X05	0,785
6	Y06	0,770
7	Y07	0,885
8	Y08	0,744
9	Y09	0,823
10	Y10	0,791

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pertanyaan memiliki nilai korelasi r hitung lebih besar dari r tabel (0,320 pada $\alpha = 0,05$). Artinya, semua item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel Uji Statistics Reliabilitas Case Processing Summary SPSS 27

Scale: ALL VARIABLES

A. Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

NO	KETERANGAN	JUMLAH (N)	PERSENTASE %
1	VALID CASES	40	100%
2	EXCLUDED CASES	0	0%
3	TOTAL CASES	40	100 %

Tabel Statistics Reliabilitas Reliability Statistics SPSS 27

B. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	10

NO	Cronbach's Alpha	N of Items
1	.936	10

Nilai Cronbach's Alpha = 0,936 (> 0,7), menunjukkan instrumen penelitian sangat reliabel. Artinya, semua item pertanyaan konsisten dalam mengukur variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel Statistics analisis regresi Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS 27

Regression Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standard ized	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------	---	------

		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.755	1.337		2.808	.008
	ATRAKSI HIBURAN	.826	.062	.909	13.419	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

MODEL	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	
	B	Std. Error		
1 (Constant)	3.755	1.337		2.8
ATRAKSI HIBURAN	.826	.062	.909	13.419

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.826	.821	1.083

a. Predictors: (Constant), ATRAKSI HIBURAN

Tabel Statistics Coefficientsa Model Persamaan Persegi Dengan SPSS 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.755	1.337		2.808	.008
	ATRAKSI HIBURAN	.826	.062	.909	13.419	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN SPSS 27

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.309	1	211.309	180.078	.000 ^b
	Residual	44.591	38	1.173		
	Total	255.900	39			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), ATRAKSI HIBURAN

Hasil analisis menunjukkan:

$$Y=3.755+0.826X$$

- $t\text{-hitung} = 13.419 > t\text{-tabel}$
- $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$
- $R^2 = 0.826$

Artinya, Atraksi Hiburan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebesar 82,6% variasi Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh Atraksi Hiburan, sementara 17,4% sisanya dipengaruhi faktor lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atraksi Hiburan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Badut Indonesia. Temuan ini sejalan dengan teori bahwa kualitas hiburan yang menarik, interaktif, dan profesional mampu menciptakan pengalaman menyenangkan yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian (Firlana et al., 2024) yang menemukan bahwa pertunjukan atraktif berdampak positif terhadap kepuasan audiens, serta Handayani (2022) yang menegaskan bahwa hiburan profesional dalam acara anak-anak meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa dalam industri hiburan sosial, peningkatan aspek kreativitas, kenyamanan, dan interaksi dalam atraksi hiburan merupakan kunci utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hasil Utama Penelitian

Hasil utama penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Atraksi Hiburan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Badut Indonesia. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh persamaan $Y = 3.755 + 0.826X$, dengan nilai t -

hitung sebesar $13.419 > t\text{-tabel} (2.024)$ dan signifikansi $0.000 < 0.05$, yang berarti hipotesis diterima. Selain itu, nilai R Square sebesar 0.826 menunjukkan bahwa 82,6% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel atraksi hiburan, sedangkan sisanya 17,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menegaskan bahwa semakin menarik, kreatif, dan profesional atraksi hiburan yang disajikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan.

Hasil Empiris Penelitian

Secara empiris, temuan ini menunjukkan bahwa kualitas atraksi hiburan, seperti pertunjukan badut interaktif, sulap anak, dan permainan edukatif, berkontribusi nyata terhadap pengalaman positif pelanggan. Pelanggan merasa lebih puas ketika pertunjukan dilakukan secara interaktif, sesuai tema acara, dan mampu menciptakan suasana yang menyenangkan. Hal ini menandakan bahwa aspek hiburan tidak hanya berperan sebagai pelengkap acara, tetapi menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0.826, dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan pada kualitas atraksi hiburan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan dalam proporsi yang cukup besar. Secara praktis, hasil ini memberikan gambaran bahwa inovasi dalam jenis pertunjukan dan profesionalisme talenta menjadi elemen penting bagi keberhasilan bisnis hiburan.

Perbandingan dengan Studi dan Teori Sebelumnya

Temuan penelitian ini konsisten dengan teori customer satisfaction yang dikemukakan oleh (Syahara, 2025), bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja layanan sesuai atau melampaui harapan konsumen. Dalam konteks Rumah Badut Indonesia, hiburan yang menarik dan interaktif mampu memenuhi ekspektasi pelanggan sehingga menciptakan rasa puas dan keinginan untuk menggunakan jasa kembali. Hasil ini juga sejalan dengan studi (Firlana et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pertunjukan atraktif dapat meningkatkan tingkat kepuasan audiens, serta penelitian Handayani (2022) yang menegaskan bahwa profesionalitas pengisi acara dan kualitas hiburan anak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa atraksi hiburan memiliki peranan strategis dalam menciptakan customer experience yang positif dan meningkatkan daya saing industri hiburan lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi hiburan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,826, yang berarti bahwa 82,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atraksi hiburan, sementara 17,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin menarik, kreatif, dan berkualitas atraksi hiburan yang disajikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan. Variasi konsep pertunjukan, kenyamanan area hiburan, profesionalisme kru, serta keunikan acara terbukti mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Atraksi hiburan dapat disimpulkan

sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Badut Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, manajemen Rumah Badut Indonesia disarankan untuk terus meningkatkan kualitas, variasi, dan kreativitas atraksi hiburan guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Inovasi konsep acara, pemeliharaan fasilitas, serta peningkatan interaksi antara kru dan penonton perlu menjadi perhatian utama dalam menciptakan pengalaman hiburan yang berkesan. Selain itu, profesionalisme dan kualitas pelayanan staf perlu ditingkatkan melalui sikap ramah, responsif, dan kemampuan membangun suasana yang menyenangkan. Evaluasi terhadap struktur harga dan kenyamanan lokasi juga perlu dilakukan agar tetap kompetitif dan sejalan dengan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain seperti citra merek, promosi, dan loyalitas pelanggan guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri hiburan.

REFERENSI

- CPFR, A. P. H., S. E. ,. S. Pd ,. M. Si ,. Ak ,. CAP ,. CJAT ,. CPSP ,. CBPA ,. CPRW ,. CNPHRP ,. CSR, & M.MPP, S. F. W., S. E. (2025). *PENGANTAR MANAJEMEN*. Penerbit Widina.
- Feri Fernandes Ginting. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA REDDOORZ NEAR MIKIE HOLIDAY* [Skripsi, UNIVERSITAS QUALITY BERASTAGI]. <http://portaluqb.ac.id:808/167/>
- Firlana, S. R., Hardi, H., & Nurmalena, N. (2024). Atraksi Pertunjukan Tari Piriang Talam Badantiang di Sanggar Talang Sarumpun Kota Payakumbuh. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 1(4), 304–322. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i4.260>
- Fitaloka, E. D., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Aksesibilitas, Perilaku Masa Lalu, Citra Destinasi, Pencarian Kebaruan Dan Sikap Individu Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Wisata Kebun Binatang Di Surabaya. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 238–257. <https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8441>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(3), 1812–1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>
- Hasudungan, R. T. (2024). Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga melalui Lifestyle. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i1.1474>
- Inayah, I. (2023). *MEMBANGUN LOYALITAS WISATAWAN MUSLIM DENGAN MEMPERKUAT KEPUASAN MELALUI KUALITAS PENGALAMAN WISATAWAN DAN FASILITAS RAMAH MUSLIM* [Undergraduate, Universitas Islam Sultan Agung]. <https://repository.unissula.ac.id/32852/>
- Jaya, M., & Zahara, R. (2022). HIBURAN MEDIA (TEORI TEORI UNIVERSAL HIBURAN MEDIA , HIBURAN SEBAGAI MESIN EMOSI, HIBURAN SEBAGAI KOMUNIKASI, TEORI HIBURAN INTERAKSI). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(1), 71–87. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i1.237>

- Lephen, P., Raharja, B., & Hilmi, M. N. (2021). Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Seni Suara dan Musik di Kampoeng Wisata Titik Nol Jateng, Desa Bligo, Magelang. *Jurnal Pengabdian Seni*, 2(2), 141–154. <https://doi.org/10.24821/jps.v2i2.5550>
- Prasetyo, M. E. (2023). Analisis Film Dokumenter Badut “Di Balik Tawa.” *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24821/sense.v6i1.9386>
- Putri, G. A. M., Maharani, S. P., & Nisrina, G. (2022). Literature view pengorganisasian: SDM, tujuan organisasi dan struktur organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286–299.
- rumahbadutindonesia. (2025). *Rumah Badut*. Web Page. <https://www.rumahbadut.my.id/>
- Saefullah, A. (2022). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Toko Online Shop XYZ. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 4(3), 278–285.
- Sahputro, R. B. (2025). *Analisis Pengaruh Nilai Pengalaman dan Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bus Pariwisata RDM)* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/54861>
- Suryani, S., & Rindaningsih, I. (2023). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. *PERISAI: Jurnal Pendidikan Dan Riset Ilmu Sains*, 2(3), 363–370.
- Suyono, S., Purwati, A. A., & Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan, Total Quality Management dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.36>
- Syahara, D. (2025). *Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Tiktok Terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso Sera Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali* [Undergraduate_thesis, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan]. <http://perpustakaan.uingusdur.ac.id/>
- Wijaya, A. S. G. (2023). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Karyawan. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 1(2), 88–99. <https://doi.org/10.55182/jimp.v1i2.527>