



## **Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Event Univlox Lite Night**

**Gusti Made Ferry Sanjaya<sup>1</sup>, Ratri Paramita<sup>2</sup>, Ketut Arjaya<sup>3</sup>**

Program Studi Pengelolaann Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Bali  
Jalan Dharmawangsa, Kampil, Nusa Dua, Kabupaten Badung

e-mail: [ferysanjaya98@gmail.com](mailto:ferysanjaya98@gmail.com), [ratriparamita02@gmail.com](mailto:ratriparamita02@gmail.com), [ketut.arjaya1110@gmail.com](mailto:ketut.arjaya1110@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The research aimed to determine the service quality to repurchase intention on Univlox Lite Night event. The number of the sample of this research was 100 respondents by using non probability sampling technique with purposive sampling. The data was collected through questionnaires were distributed to visitors who have visited the Univlox Lite Night event. The analysis technique in this research using analysis descriptive by using IBM SPSS program. The result of this research showed service quality "very good" category with an average value of 4,25 and repurchase intention visitor at Univlox Lite Night event was "very good" category with an average value of 4,23. Based on the result of this study, organizer Univlox Lite Night need more explain in detail the information asked by visitor or customers in the social media comment column, and organizer can further convince visitors and build credibility at the event by providing product quality and service quality that matches reality in order to increase repurchase intention and visitors will recommend the product if they feel satisfactions.*

**Keywords:** *service quality, repurchase intention, event*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada event Univlox Lite Night. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode non probabilitas sampel dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunjung yang pernah mengunjungi event Univlox Lite Night. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif menggunakan aplikasi IBM SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori "sangat baik" dengan nilai rata – rata sebesar 4,25 dan minat beli ulang pengunjung pada event Univlox Lite Night termasuk dalam kategori "sangat baik" dengan nilai rata – rata sebesar 4,23. Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah penyelenggara Univlox Lite Night lebih menjelaskan secara rinci informasi yang ditanyakan pengunjung atau pelanggan pada kolom komentar sosial media, dan penyelenggara dapat lebih meyakinkan pengunjung dan membangun kredibilitas pada event dengan memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang

sesuai dengan kenyataan agar meningkatkan minat beli ulang dan pengunjung akan merekomendasikan produk tersebut jika merasakan kepuasan.

**Kata kunci:** *kualitas pelayanan, minat beli ulang, event.*

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memanfaatkan industri pariwisata karena, industri pariwisata mampu membuka lapangan pekerjaan yang dapat memicu pertumbuhan perekonomian. Upaya mendukung perkembangan industri pariwisata dan memenuhi kebutuhan pengunjung, fasilitas pendukung kegiatan pariwisata juga ditingkatkan. Pembangunan fasilitas umum seperti hotel, restoran, *rest area*, dan jasa seperti biro perjalanan, *wedding organizer* dan *event organizer* menjadi fokus pembangunan pemerintah. Perhelatan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) dan *event* merupakan salah satu kegiatan yang sudah berkembang di Bali dan dibuktikan pada tahun 2022 dengan diselenggarakannya *Presidensial G20 (Group of Twenty)* pada tanggal 15 – 16 Oktober 2022 di hotel Apurva Kempinski, Nusa Dua Bali. Banyaknya penyelenggaraan kegiatan MICE di Bali dikarenakan fasilitas penunjang seperti *ballroom, meeting room, hotel* dan *restaurant* yang banyak tersebar di daerah Nusa Dua, Jimbaran dan Kuta.

Sebagai destinasi yang menarik bagi penyelenggaraan *conference*, Bali juga menjadi salah satu daerah yang sangat menarik untuk menyelenggarakan seni pertunjukan musik yang menjadi bagian ekonomi kreatif berpotensi menghadirkan wisatawan. Seni musik menjadi suatu bisnis bagi industri hiburan di masa ini. Seni musik menjadi seni pertunjukan yang diminati atau disukai oleh masyarakat pada peringkat kedua. Menurut data statistik oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang dipublikasi oleh DataIndonesia.id sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jenis Pertunjukan Seni yang Paling Banyak Ditonton Masyarakat Indonesia pada 2021**

No	Jenis Pertunjukan Seni	Persentase
1	Film	63,61 %
2	Seni Musik	47,85 %
3	Seni Tari	8,2 %
4	Seni Sastra	3,34 %
5	Seni Teater atau Pewayangan	3,34 %
6	Seni Rupa	2,88 %
7	Lainnya	5,61 %

(Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat jenis pertunjukan seni yang sangat populer ditonton masyarakat Indonesia adalah seni pertunjukan film dengan persentase sebesar 63,61%. Seni pertunjukan musik merupakan jenis pertunjukan yang paling banyak ditonton di masyarakat pada posisi kedua dengan persentase sebesar 47,85%. Pertunjukan kesenian pada posisi tiga sampai dengan enam yaitu seni tari memiliki persentase sebesar 8,2%, seni

sastra dan seni teater atau pewayangan memiliki persentase 3,34%, seni rupa memiliki persentase sebesar 2,88%. Pertunjukan kesenian lainnya menunjukkan persentase sebesar 5,61%.

Jenis pertunjukan seni musik yang populer di kalangan masyarakat adalah musik modern dibandingkan jenis musik tradisional. Seni musik modern sering dipentaskan atau ditampilkan dalam suatu festival, musik tradisional hanya populer pada suatu kalangan tertentu hanya pada orang tua. Perusahaan yang bergerak pada bidang industri musik berfokus pada musik modern dengan target pasar kaum remaja tetapi tidak menutup kemungkinan untuk kalangan dewasa maupun orang tua. Peluang bisnis yang dapat diciptakan oleh seni musik adalah penyelenggaraan konser. Dalam konser pengunjung dapat menjumpai dan bernyanyi bersama dengan para idola. Sebuah pertunjukan konser musik memerlukan pengelolaan acara dari tahap penelitian, koordinasi, dan evaluasi.

Univlox Lite Night merupakan salah satu konser yang diselenggarakan di Bali dimulai pada tahun 2021 dengan *event* yang pertama kali diselenggarakan di Renoma Café Denpasar saat Corona Virus Disease terjadi dengan peraturan kesehatan. Kemudian *event* konser tersebut dilanjutkan pada tahun 2022 saat adanya pelonggaran peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). *Event* ini diselenggarakan oleh Univlox Live yang merupakan, *event organizer* yang berasal dari Bali. Univlox Live merupakan divisi *event organizer* yang bermula dari akun media sosial yaitu Instagram (@univlox) yang membagikan informasi berita, hiburan, *humor* dan gaya hidup. Univlox sendiri memiliki pengikut Instagram dengan jumlah lebih dari 34.800 akun dan lebih dari 400 *postingan*. Univlox Live merupakan divisi yang profesional dan kreatif dalam merancang suatu *event* konser sehingga tetap mengikuti perkembangan musik yang sedang *trend* di kalangan remaja. Persaingan penyelenggaraan konser musik yang sangat tinggi di Bali Univlox Live sebagai *event organizer* penyelenggaraan konser memberikan perhatian khusus untuk konsep acara dengan bintang tamu yang populer agar penonton mendapatkan pengalaman bernyanyi bersama saat menonton konser. Fenomena ini dimulai pada tahun 2022 ketika penyelenggaraan konser oleh kompetitor lainnya hanya menyelenggarakan konser dengan frekuensi satu tahun sekali, sedangkan Univlox Live mampu menyelenggarakan kembali hanya dengan kurun waktu beberapa bulan dan mengalami peningkatan pengunjung di setiap pertunjukannya. *Event organizer* ini tentu menyesuaikan konsep serta bintang tamu sesuai dengan tren yang ada di masyarakat. Bintang tamu pada *event* Univlox Lite Night disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Bintang Tamu *Event Univlox Lite Night***

Tahun	Tanggal Bulan	Event	Bintang Tamu
2022	Maret	Univlox Lite Night Vol 2	1. Vierratale 2. Mahalini 3. Fourtwnty 4. Manja Band
2022	Mei	Univlox Lite Night Vol 3	1. Tulus 2. D'masiv 3. RAN 4. Nosstress 5. Sound of Mirror 6. Astera
2022	Agustus	Univlox Lite Night Vol 4	1. Dewa 19 <i>featuring</i> Ello 2. The Changcuters 3. Andra and The Backbone 4. Geisha 5. Tiara Andini

(Sumber: Instagram @univloxlive 2022)

Pemaparan pada Tabel 1.2 terdapat 3 *event* konser yang sudah dilaksanakan oleh Univlox Live pada tahun 2022. Bintang tamu yang dihadirkan sangat bervariasi disetiap pergelarangannya. Untuk mendapatkan kepuasan penonton diperlukan perencanaan yang matang dari berbagai aspek serta memperhitungkan probabilitas risiko yang akan terjadi pada saat pelaksanaan suatu acara.

Menurut Indrasari, (2019:62) kualitas yang dikategorikan baik bila penyedia jasa dapat membagikan pelayanan yang setara dengan keinginan oleh pelanggan, maka dari itu pencapaian kepuasan pelanggan harus memiliki keseimbangan antara kebutuhan dan harapan yang di tawarkan. Memberi pelayanan yang terbaik merupakan upaya dari Univlox Live sebagai penyelenggara untuk mempertahankan dan memperluas pasar yang telah ada serta memperbaiki kualitas pelayanan supaya mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk minat beli ulang. Jumlah pengunjung pada setiap pergelaran konser Univlox Lite Night disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Pengunjung Univlox Lite Night**

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Pertumbuhan (%)
2022	Maret	2.500	-

	Mei	6.000	1,4
	Agustus	10.000	0,6
	Total	18.500	-

(Sumber: Tribun News 2022; Bali Portal News 2022)

Pemaparan pada Tabel 1.3 Univlox Lite Night vol 2 diadakan pada tahun 2022 pada bulan Maret saat pemerintah memberikan izin untuk penyelenggaraan acara tanpa adanya pembatasan kapasitas pengunjung yang dihadiri hampir sebanyak 2.500 penonton (Tribun News 2022). Univlox Lite Night Vol 3 mengalami peningkatan penonton pada penyelenggarannya yang hampir sebanyak 6.000 pengunjung, hal ini disebabkan karena antusias masyarakat setelah Pandemi COVID-19 untuk menyaksikan konser kembali meningkat (Tribun News 2022) dan pengunjung Univlox Lite Night Vol 4 hampir mencapai 10.000 penonton (Bali Portal News 2022). Jumlah Penonton yang mengunjungi *event* Univlox Lite Night, kurang lebih sebanyak 18.500 penonton.

Jumlah penonton disetiap *event* mengalami kenaikan di setiap penyelenggaraannya. Dalam menghadapi situasi tersebut, *event organizer* Univlox Live selalu memberikan *improvement* dan meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap mempertahankan konsumen untuk selalu mengunjungi *event* Univlox Lite Night tersebut. Faktor yang membuat konsumen berminat untuk membeli ulang salah satunya adalah kualitas pelayanan, karena kualitas pelayan dapat menggiring calon konsumen atau mempertahankan konsumen agar kembali melakukan transaksi atas produk atau jasa yang tersedia karena telah memiliki citra yang positif.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengimplementasikan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan tujuan mengetahui penilaian variabel kualitas pelayanan dan variabel minat beli ulang. Desain penelitian ini bertujuan untuk menemukan suatu fenomena tentang perilaku atau yang *cross section*. Pengambilan sumber data yang digunakan yaitu data primer yang merupakan jawaban responden mengenai kualitas pelayanan, minat beli ulang, karakteristik responden dan data sekunder merupakan data yang di dapat dari institusi yang mempublikasi berita mengenai *event* Univlox Lite Night.

Instrumen penelitian ini yaitu observasi *checklist* dan kuesioner. Observasi *checklist* yang digunakan untuk mencatat temuan – temuan lapangan seperti: frekuensi penyelenggaraan, bintang tamu, jumlah pengunjung, dan fasilitas yang tersedia pada *event* tersebut. Kuesioner berisi pertanyaan atau pernyataan yang terkait dengan kualitas pelayanan dan minat beli ulang maupun identitas responden. Pengukuran kualitas pelayanan diukur melalui 5 dimensi yaitu; keandalan, ketanggapan, jaminan, bukti fisik, dan empati. Pengukuran minat beli ulang melalui dimensi minat prefensial, minat refrensional, minat eksploratif, dan minat transaksional. Skala *likert* dapat menilai sikap, pendapat, persepsi mengenai fenomena sosial (Rahyuda, 2020:250).

**Tabel 2.1**  
**Tabel Ketentuan Skor Skala Likert**

Skor	Jawaban	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	ST
5	Sangat Setuju	SS

(Sumber: Rahyuda, 2020:252)

Penggunaan sampel dalam penelitian yang baik sebesar 30 – 500 responden (Sugiyono, 2019:143). Sampel pada penelitian ini menggunakan responden sebesar 100 orang dengan penentuan sampel *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu (Rahyuda, 2020:238). Kriteria responden ini, sudah pernah mengunjungi/menonton *event Univlox Lite Night* setidaknya satu kali, dan responden yang menempuh pendidikan terakhir minimal berada di bangku SMA/SMK sederajat, karena pada tingkat pendidikan tersebut dapat memahami dan mengerti isi dari kuesioner dengan lebih baik agar mendapatkan jawaban yang logis dan objektif.

Suatu instrumen penelitian menggunakan kuesioner maka perlu dilakukan validasi instrumen menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Pengujian validitas instrumen menggunakan teknik *pearson correlation* dengan nilai koefisien korelasi  $>0,30$  dikatakan valid dan uji realibilitas menggunakan teknik *Cronbach-alpha* dengan nilai  $\geq 0,70$  dikatakan realibilitas (Sugiyono, 2019:180). Pengujian ini memerlukan responden sebanyak 30 orang.

Prosedur pengumpulan melalui observasi yaitu pengamatan saat penyelenggaraan konser *Univlox Lite Night*, dan melakukan survei untuk mengumpulkan data penelitian dari responden yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang dibentuk secara terstruktur. Pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung menggunakan media internet yaitu *Google Form* yang dikirim melalui pesan seperti *Line, Instagram, dan Whatsapp*.

Jenis data berupa data kuantitatif yang berbentuk numerik yang kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS *version 26.0*. Data kuantitatif berupa jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan dan minat beli ulang yang kemudian jawaban dari responden pada tiap tiap variabel penelitian dikelompokkan menjadi kelas – kelas interval dengan jarak nilai minimal 1 dan maksimal 5 yang memiliki jarak melalui formulasi berikut.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Berdasarkan rumusan diatas, diperoleh hasil interval sebesar 0,80. Penilaian variabel – variabel penelitian secara keseluruhan dapat disimpulkan dalam rata – rata skor dengan kriteria untuk pengukuran variabel penelitian yaitu:

**Tabel 2.2**  
**Tabel Skala Interval**

Skala Data	Kelas	Kategori
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik
3	2,60 – 3,39	Cukup
4	3,40 – 4,19	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

(Sumber: Sudjana, 2011:47)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data

##### a. Uji Validitas Instrumen

**Tabel 3.1**  
**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	Instrumen	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	1	0,837	Valid
		2	0,869	Valid
	X.2	3	0,847	Valid
		4	0,700	Valid
		5	0,758	Valid
	X3.	6	0,826	Valid
		7	0,731	Valid
	X4	8	0,676	Valid
		9	0,803	Valid
	X5	10	0,809	Valid
		11	0,840	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	Y.1	1	0,804	Valid
		2	0,896	Valid
		3	0,852	Valid
		4	0,911	Valid

(Sumber: Data primer diolah, 2023)

Seluruh instrumen penelitian variabel bebas dan terikat memperoleh nilai *pearson correlation* >0,30, dan memperoleh nilai signifikansi <0,05 yang telah memenuhi syarat uji validitas instrumen.

##### b. Uji Realibilitas Instrumen

**Tabel 3.2**  
**Tabel Hasil Uji Realibilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,940	Reliabel
2	Minat Beli Ulang (Y)	0,888	Reliabel

(Sumber: Data primer, diolah, 2023)

Seluruh instrumen penelitian variabel bebas dan terikat memperoleh nilai *Cronbach alpha* >0,70, dan memperoleh nilai signifikansi <0,05 yang telah memenuhi syarat uji validitas instrumen.

##### c. Analisis Deskriptif

#### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

**Tabel 3.3**

#### Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

**Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Event Univlox Lite Night***  
*Gusti Made Ferry Sanjaya, Ratri Paramita, Ketut Arjaya*

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Rata - Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
Keandalan									
1	Penyelenggara <i>event Univlox Lite Night</i> melaksanakan <i>event</i> sesuai dengan yang dijanjikan.	2	4	5	37	52	433	4,33	Sangat Baik
2	<i>Rundown</i> acara berjalan sesuai jadwal.	0	5	9	38	48	429	4,29	Sangat Baik
Ketanggapan									
3	Penyelenggara menjawab pertanyaan dengan jelas di media sosial.	3	11	11	34	41	399	3,99	Baik
4	Semua transaksi dilakukan dengan cepat dan tepat.	0	8	18	29	45	411	4,11	Baik
5	Penyelenggara <i>Univlox Lite Night</i> menerima keluhan konsumen.	2	4	7	38	49	428	4,28	Sangat Baik
Jaminan									
6	Penyelenggara <i>Univlox Lite Night</i> tidak membedakan status sosial dalam pelayanan	0	7	9	30	54	431	4,31	Sangat Baik
7	Pengunjung mendapatkan kemudahan dalam pencarian informasi yang dibutuhkan	4	5	8	25	58	428	4,28	Sangat Baik
Bukti Fisik									
8	Venue penyelenggaraan yang bersih	1	3	12	29	55	434	4,34	Sangat Baik
9	Panitia Penyelenggara menyediakan lahan parkir	2	4	6	37	51	431	4,31	Sangat Baik
Empati									
10	Penyelenggara <i>Univlox Lite Night</i> dapat berkomunikasi dengan baik dan jelas.	2	4	9	35	50	428	4,28	Sangat Baik
11	Penyelenggara <i>Univlox Lite Night</i> ramah dalam pelayanannya.	1	8	7	31	53	426	4,26	Sangat Baik
<b>Rata – Rata</b>								4,25	Sangat Baik



(Sumber: Data primer, diolah, 2023)

Berdasarkan pada Tabel 3.3 Hasil Analisis deskriptif pada item – item pernyataan yang ditujukan kepada pengunjung pada variabel kualitas pelayanan melalui pengukuran dimensi keandalan, ketanggapan, jaminan, bukti fisik, dan empati memiliki nilai rata rata 4,25 kategori “Sangat Baik”. Indikator pernyataan pada dimensi *responsiveness* (ketanggapan) nomor 3 “Penyelenggara menjawab pertanyaan dengan jelas di media sosial.” memiliki rata – rata yang paling rendah yaitu 3,99 yang termasuk dalam kategori “Baik”.

## 2. Variabel Minat Beli Ulang

**Tabel 3.4**

### Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Rata - Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5			
Minat Prefrensial									
1	Saya akan memilih Univlox Lite Night sebagai pilihan utama dibandingkan konser lainnya.	2	4	17	27	50	419	4,19	Baik
Minat Refrensial									
2	Saya akan merekomendasikan atau menyarankan Univlox Lite Night.	3	2	18	28	49	418	4,18	Baik
Minat Eksploratif									
3	Saya mengikuti salah satu akun sosial media Univlox seperti Instagram untuk mengikuti informasi	1	4	12	31	52	429	4,29	Sangat Baik
Minat Transaksional									
4	Saya bersedia untuk membeli kembali jasa dan produk Univlox Lite Night.	0	8	11	27	54	427	4,27	Sangat Baik
Rata – Rata								4,23	Sangat Baik

(Sumber: Data primer, diolah 2023)

Berdasarkan pada Tabel 3.4 hasil analisis deskriptif pada item – item pernyataan yang ditujukan kepada pengunjung pada variabel minat beli ulang melalui pengukuran dimensi minat prefrensial, minat refrensial, minat eksploratif dan minat transaksional, memperoleh rata rata 4,23 kategori “Sangat Baik”. Indikator pernyataan pada dimensi minat refrensial pernyataan nomor 2 “Saya akan merekomendasikan atau menyarankan Univlox Lite Night.” memiliki nilai rata – rata yang paling rendah yaitu sebesar 4,18 yang termasuk dalam kategori “Baik”.

### 3.1.1 Responden penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini untuk mengukur atau menggambarkan responden. Karakteristik responden yang merupakan pengunjung *event* Univlox Lite Night dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan atau aktifitas sehari hari dipaparkan pada Tabel berikut

**Tabel 3.5**  
**Karakteristik Responden**

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Berdasarkan Jenis Kelamin	Laki – laki	53	53%
	Perempuan	47	47%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Berdasarkan Usia	19-20 tahun	9	9%
	21-25 tahun	68	68%
	26-30 tahun	18	18%
	>31 tahun	5	5%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Berdasarkan Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	0	0
	SMA/Sederajat	47	47%
	Diploma	22	22%
	Sarjana	31	31%
	Pasca Sarjana	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Berdasarkan Pekerjaan/aktivitas sehari hari	Pelajar/Mahasiswa	45	45%
	Karyawan Swasta	24	24%
	PNS	14	14%
	Wirausaha	13	13%
	Polisi	2	2%
	Perawat	2	2%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

(Sumber: Data primer, diolah 2023)

Karakteristik pengunjung ini dominan berjenis kelamin laki – laki sebanyak 53 orang, dengan rentang usia terbanyak pada umur 21 – 25 tahun sebesar 68 orang. Pendidikan terakhir responden didominasi pada tingkat SMA/Sederajat sebanyak 47 orang, dan aktivitas atau pekerjaan sehari hari didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 45 orang.

### 3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada *event* Univlox Lite Night termasuk dalam kategori “sangat baik”. Nilai rata – rata pada tabel analisis deskriptif kualitas pelayanan memperoleh nilai sebesar 4,25. Variabel minat beli ulang termasuk dalam katagori “sangat baik”. Pada tabel analisis deskriptif variabel minat beli ulang memperoleh nilai rata – rata sebesar 4,23. Keunggulan suatu jasa atau produk harus memiliki keunikan dan kualitas pelayanan. Hal penting yang harus dimiliki perusahaan adalah kualitas pelayanan yang positif untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Lupiyoadi dalam (Wulandari & Marlana, 2020) keberhasilan suatu perusahaan

untuk mempengaruhi konsumen untuk mencoba sebuah produk atau membeli ulang melalui kualitas layanan. Pengalaman konsumen yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengaruh kepada konsumen untuk membeli sebuah produk atau konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Penyelenggara Univlox Lite Night harus terus meningkatkan dan mempertahankan kelima aspek atau dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu: *realibility* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *emphaty* (empati). Meningkatkan dan mempertahankan kelima aspek tersebut merupakan cara agar pengunjung kembali berkunjung. Peningkatan lima dimensi tersebut, jawaban analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan dapat menjadi landasan untuk selalu melakukan peningkatan pelayanan dan evaluasi.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan secara deskriptif sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas pelayanan pada *event* Univlox Lite Night termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Hal ini berdasarkan analisis deskriptif variabel pada rata – rata skor kualitas pelayanan yang menunjukkan angka 4,25.
- b. Variabel minat beli ulang pada *event* Univlox Lite Night juga termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Hal ini ditunjukkan berdasarkan analisis deskriptif variabel pada skor rata – rata variabel minat beli ulang menunjukkan angka 4,23.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (2nd ed.; Dr. Ir Sutopo. S.Pd. MT, Ed.). Bandung: ALFABETA.
- Rahyuda, K. (2020). *Metode Penelitian Bisnis Base Of The Reasearch Pyramid* (2020th ed., Vol. 2; CV. Sastra Utama, Ed.). Denpasar: CV. Sastra Utama.
- Wulandari, S., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8, 791–797.