



Pengaruh Kualitas Pelayanan *Event Meeting* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Phenom Event Indonesia

I Nyoman Alantoni¹, Ni Nyoman Reni Ariasri², Ni Kadek Swandewi³

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

e-mail: inyomanalantoni@gmail.com, reniariasri@ppb.ac.id, nkdswandewi@ppb.ac.id.

ABSTRACT

This research method uses quantitative methods. The statistical tools used in this study used the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, determination test, and t test. The sample used in this study was 17 respondents, namely repeater client Phenom Event Indonesia in the 2018-2022 period. The data collection techniques used were surveys, interviews, and documentation studies. Based on the results of the t test, it is known that the t-count value is 8.390. This value is greater than the t-table value (1.746). This shows that service quality affects customer satisfaction. Based on the test of the coefficient of determination found a value of 82.4%. This value indicates the variable service quality contributes 82.4% to customer satisfaction. while the remaining 17.6% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Event Meeting*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *event meeting* di Phenom Event Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat statistik yang di gunakan penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastetitas, uji determinasi, dan uji t. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 17 responden yaitu *repeater client* Phenom Event Indonesia pada periode 2018 2022. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survey, wawancara, dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil dari uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 8,390. Nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel (1,746). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji koefisien determinasi ditemukan nilai sebesar 82,4%. Nilai ini menunjukkan variable kualitas pelayanan membentikan kontribusi sebesar 82,4% terhadap kepuasan pelanggan. sementara sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Event Meeting*

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali adalah salah satu tujuan pariwisata di Indonesia yang paling banyak diminati. Pada saat ini wisatawan yang datang ke Bali tidak hanya sekedar untuk berlibur namun juga dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis. Seperti yang sedang berkembang di Bali saat ini yaitu *event* MICE. Bisnis *event* MICE memberikan perubahan yang sangat pesat bagi perkembangan industri pariwisata Bali dan juga memberikan warna yang beragam terhadap kegiatan pariwisata yang identik dengan pelayanan/*services*. Salah satu bentuk *event* MICE adalah *meeting*, menurut Kesrul (2004:8) *meeting* merupakan suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerjasama anggota dan pengurus, menyebarkan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

Salah satu bisnis yang tengah berkembang di Indonesia adalah *event organizer*. *Event organizer* adalah suatu usaha yang menyediakan jasa untuk mengorganisir penyelenggaraan suatu acara. Menurut Natoradjo (2011:72) *event organizer* merupakan perusahaan jasa, yang bertanggung jawab membuat desain *event*, merencanakan, melakukan koordinasi, pengawasan terhadap pelaksanaan dan keberhasilan sebuah *event*. Salah satu *event organizer* yang bertahan hingga saat ini adalah perusahaan Phenom Event Indonesia, yang berlokasi di Jalan Teuku Umar Barat No. 888X Denpasar, Bali. Phenom Event Indonesia bergerak dalam bidang pengelolaan jasa *event* seperti *production, gala dinner, meeting, conference, team building, exhibition, dan incentive tour* baik di skala nasional maupun internasional. Banyak perusahaan yang sering kali melakukan rapat atau *meeting* dan memilih tempat di Bali yang biasanya dilakukan di sebuah *venue* pada hotel tertentu sesuai dengan permintaan pelanggan maka pihak phenom selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan mencatat secara rinci keperluan pelanggan saat melakukan proses pemesanan pelayanan *event meeting* dengan baik. Hal itu dilakukan untuk meningkatkan layanan yang diberikan oleh pihak Phenom dalam memenuhi kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa *event* di Phenom Event Indonesia dan harapan yang terpenuhi dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari pelanggan tersebut. Keberhasilan memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan dapat dijadikan sebagai prestasi bagi pihak perusahaan karena sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sehubungan dengan hal tersebut pada tabel 1.1 yang menunjukkan jumlah *event meeting* yang pernah diselenggarakan oleh Phenom Event Indonesia dari tahun 2018 – 2022 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Kegiatan Meeting Yang Ditangani Phenom Event Indonesia
Periode 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Meeting	Presentase (%)
2018	19	-
2019	16	(15,80)%
2020	13	(18,80)%
2021	17	30,80%
2022	23	35,30%
Total	88	

Sumber: Phenom Event Indonesia 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan Phenom Event Indonesia mengalami fluktuasi dengan jumlah *meeting* yang ditangani oleh phenom pada tahun 2018 Phenom telah menangani sebanyak 19 *meeting*. Tahun 2019 jumlah kegiatan *meeting* 16 dengan presentase penurunan 15,80%. Kemudian pada tahun 2020 jumlah kegiatan *meeting* kembali mengalami penurunan hanya 13 *meeting* dengan presentase penurunan, yaitu 18,80% akibat *pandemic covid-19*. Pada tahun 2021 di masa terjadi kenaikan jumlah kegiatan *meeting* sebanyak 17 dengan presentase kenaikan 30,80% dan di Tahun 2022 juga mengalami peningkatan yang signifikan yaitu hanya 23 *meeting* dengan presentase kenaikan 35,30%. Jika di total dari tahun 2018 sampai 2022 Phenom Event Indonesia telah menyelenggarakan kegiatan *meeting* sebanyak 88 *event meeting*.

Dari jumlah *meeting* yang telah ditangani oleh Phenom Event Indonesia terdapat beberapa *repeater client* yang sudah menggunakan jasa Phenom Event Indonesia dalam waktu 5 tahun dari tahun 2018 - 2022 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Repeater Pelanggan Meeting di Phenom Event Indonesia
Periode 2018 – 2022

No	Nama Pelanggan
1	Polda Bali
2	PT. Pupuk Kaltim
3	Elizabeth Internasional
4	SMAC
5	Grand Hyatt Hotel Bali
6	Bank Mandiri
7	BPR Lestari
8	BNN Indonesia
9	Bank BRI
10	Kedokteran Bedah Plastik
11	PERADI
12	PT. OTO
13	PT Kilang Pertamina
14	Bank BJB

15	PT Jasa Raharja
16	Yayasan Pendidikan Internal Audit
17	PT. Oscar Mas

Sumber : Phenom Event Indonesia, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat terdapat 17 *repeater client* yang sudah menggunakan jasa Phenom Event Indonesia yang berlangsung dari tahun 2018 – 2022 yang berkaitan dengan kegiatan *event meeting*.

Berdasarkan jumlah *meeting* yang telah berhasil ditangani oleh Phenom Event Indonesia ditemukan beberapa keluhan pelanggan yang terhadap perusahaan, keluhan bisa terjadi dikarenakan permasalahan teknis, faktor sumber daya manusia, dan kualitas produk. Keluhan sejatinya merupakan peluang untuk memuaskan pelanggan dan memperbaiki kesalahan atau masalah yang berpotensi menciptakan *silent complainers*. Berikut merupakan tabel keluhan pengguna jasa Phenom Event Indonesia dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.3
Beberapa Keluhan Meeting di Phenom Event Indonesia
Periode 2018 -2022

Tahun	Nama Konsumen	Keluhan
2018	1. Grand Hyatt Hotel Bali 2. Bank Mandiri 3. Bank BRI	a. Proyektor tidak sesuai yang diinginkan b. Ketidakpuasan pelanggan terhadap konsep yang telah diberikan c. Ketidakpuasan pelanggan terhadap LED screen yang banyak muncul garis-garis pada event berlangsung
2019	1. Polda Bali 2. PT. Pupuk Kaltim	a. Kurangnya kerapian pada penarikan kabel sound, genset maupun lighting pada area venue b. Kurangnya teliti terhadap battery mic wireless yang menyebabkan suara putus dan tiba-tiba mati
2020	1. BPR Lestari 2. Kedokteran Bedah Plastik	a. Suara bising mesin yang ada di dalam restaurant yang mengganggu kegiatan meeting virtual di dalam studio b. Jaringan internet yang tidak stabil c. Ketidakpuasan pelanggan terhadap LED screen yang banyak muncul garis-garis pada event berlangsung d. Pencahayaan lighting kurang stabil

2020	<ol style="list-style-type: none"> 3. BPR Lestari 4. Kedokteran Bedah Plastik 	<ol style="list-style-type: none"> a. Suara bising mesin yang ada di dalam restaurant yang mengganggu kegiatan meeting virtual di dalam studio b. Jaringan internet yang tidak stabil c. Ketidakpuasan pelanggan terhadap LED screen yang banyak muncul garis-garis pada event berlangsung e. Pencahayaan lighting kurang stabil
2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. PT. Pupuk Kaltim 2. BNN 	<ol style="list-style-type: none"> a. Pemasangan decor yang kurang rapi adanya sisa-sisa paku dan kayu yang masih berantakan dan pemasangan kain pada triplek yang kurang sempurna b. Ketidakpuasan pelanggan dengan soundsystem yang delay dan noise pada saat event berlangsung c. Sering terjadi kesalahpahaman dengan pelanggan sehingga terjadi perubahan rundown secara mendadak Ketika event berlangsung d. Kurangnya kerapian kabel sound dan lighting pada sisi venue
2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elizabeth Internasional 2. PT Jasa Raharja 	<ol style="list-style-type: none"> a. Sering terjadinya penambahan permintaan secara tiba-tiba oleh pelanggan pada saat event berlangsung sehingga seringkali membuat pihak event organizer perusahaan mendapatkan permintaan tersebut b. Mic mati pada saat mc tampil c. Ketidakpuasan pelanggan terhadap perlengkapan yang kurang dan tidak menarik d. LED screen banyak muncul garis-garis

Sumber : Phenom Event Indonesia 2023

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa dari tahun 2018 - 2022 terdapat beberapa keluhan dari konsumen, jenis keluhan cenderung dari kesalahan yang sama dan terjadi berulang yang dapat menyebabkan kerugian pada kedua belah pihak antara penyelenggara (EO) dan pelanggan. Keluhan yang ada harus dikelola dengan baik untuk mencegah agar tidak merugikan perusahaan di masa mendatang, keluhan bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono, 2019:474). Kualitas pelayanan pada Phenom Event Indonesia dapat dijadikan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat diperoleh dari

cara pelayanan yang telah diterima oleh konsumen dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif berdasarkan kuesioner. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Subjek dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa Phenom Event Indonesia sebanyak 17 *repeater* pelanggan dalam waktu 5 tahun.

Pengumpulan data adalah menggunakan wawancara, kuesioner dan studi pustaka dengan alat bantu instrumen penelitian. Kuesioner ini akan disebarluaskan kepada para pelanggan di Phenom Event Indonesia. Dalam penelitian ini, pengukuran data kuesioner menggunakan lima tingkat skala likert, yaitu sangat tidak puas (STP) dengan bobot 1, tidak puas (TP) dengan bobot 2, ragu-ragu (RG) dengan bobot 3, puas (P) dengan bobot 4, sangat puas (SP) dengan bobot 5.

Dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner yang akan dianalisa dengan menggunakan nilai indeks yang diperoleh melalui penggunaan skala likert. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis dengan koefisien determinasi r^2 dan uji t .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Phenom Event Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Phenom Event Indonesia selama lima tahun terakhir yaitu sebanyak 17 pelanggan. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebarluaskan kepada *repeater client* yang telah menggunakan Phenom Event Indonesia. Jumlah kuesioner yang disebarluaskan sebanyak 17 pelanggan

3.1.1 Responden penelitian

Pada bagian ini, memaparkan data mengenai karakteristik responden berdasarkan kriteria

- a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin sebagai pengguna layanan jasa *meeting* di Phenom Event Indonesia diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Tabulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	12 orang	70,6%
2.	Perempuan	5 orang	29,4%
Jumlah		17 orang	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.1 di atas diketahui pengguna layanan jasa meeting didominasi oleh laki-laki dengan persentase sebesar 70,6% berjumlah 12 orang dan persentase perempuan sebanyak 29,4% berjumlah 5 orang.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Identitas responden berdasarkan usia yang menggunakan jasa layanan *event meeting* di Phenom Event Indonesia dikategorikan ke dalam tiga kategori usia yang diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Tabulasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	26-35 tahun	7 orang	41,2%
2.	36-45 tahun	8 orang	47%
3.	46-55 tahun	2 orang	11,8%
Jumlah		17 orang	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.2 diketahui bahwa mayoritas responden yang menggunakan layanan *event meeting* di Phenom Event Indonesia berusia 36-45 tahun dengan jumlah persentase sebanyak 47% yang terdiri atas 8 orang Disusul dengan rentang usia 26-35 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 41,2% dengan alasan para pekerja di sebuah perusahaan memiliki usia produktif pada jangka usia tersebut. Sedangkan paling sedikit berusia 46-55 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 11,8% dengan alasan di usia mendekati masa pensiun sehingga enggan mengikuti *meeting*.

c. Karakteristik berdasarkan sumber informasi

Identitas responden berdasarkan sumber informasi mengenai jasa layanan *event meeting* di Phenom Event Indonesia diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Tabulasi Responden Berdasarkan Sumber Informasi

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase (%)
1.	Teman	7 orang	41,18%
2.	Instagram	5 orang	29,41%

3.	Tiktok	3 orang	17,65%
4.	Facebok	2 orang	11,76%
Jumlah		17 orang	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.3 diketahui bahwa pelanggan yang menggunakan jasa layanan meeting di phenom event indonesia mengetahui informasi perusahaan dari sosial media instagram sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 29,41%, tiktok sebanyak 3 orang dengan presentase 17,65% dan facebook sebanyak 2 orang dengan presentase 11,76%. sedangkan, sisanya memperoleh informasi jasa layanan phenom event indonesia dari teman.

- d. Karakteristik berdasarkan jumlah penggunaan jasa layanan
 Identitas responden berdasarkan jumlah penggunaan jasa layanan di Phenom Event Indonesia diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Tabulasi Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa Layanan

No	Jumlah Penggunaan Layanan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Lebih dari 1x -5x	5 orang	29,4%
2.	Lebih dari 5x	12 orang	70,6%
Jumlah		17 orang	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.4 diketahui bahwa mayoritas responden telah melakukan *repeat order* lebih dari 5 kali dengan persentase sebanyak 70,6% dengan jumlah 12 orang. Disusul dengan penggunaan layanan jasa lebih dari 1x hingga 5 kali sebanyak 5 orang dengan persentase sebanyak 29,4%. Hal ini dikarenakan perusahaan Phenom Event Indonesia telah dipercayai oleh perusahaan dan organisasi besar untuk menjadi *event organizer* yang dipercaya untuk menangani *annual event meeting* bagi perusahaan-perusahaan tersebut.

3.1.2 Penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X)

Pada tabel 3.5 di bawah mendeskripsikan mengenai nilai rata-rata jawaban responden terhadap kualitas pelayanan serta pemahamannya sebagai berikut.

Tabel 3.5
Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Dimensi	Jumlah Skor	Rata-rata	Keterangan
<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	348	4,09	Baik
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	358	4,21	Sangat Baik

<i>Reliability</i> (kehandalan)	355	4,18	Baik
<i>Assurance</i> (jaminan)	348	4,09	Baik
<i>Emphaty</i> (kepedulian)	369	4,34	Sangat Baik
Total	1178	4,18	Baik

Sumber: Hasil data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui jumlah skor dan rata-rata dari variabel kualitas pelayanan (X). Jumlah skor yang didapatkan yaitu 1178 dan rata-rata skor yaitu 4,18 dengan penilaian baik. Penilaian tertinggi adalah dimensi *emphaty* (kepedulian) dengan skor 4,34 dan penilaian terendah pada dimensi *tangibles* (bukti fisik) dan *assurance* (jaminan) dengan rata-rata 4,09.

3.1.2 Penilaian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Pada tabel 3.6 di bawah mendeskripsikan mengenai nilai rata-rata jawaban responden terhadap kepuasan pelanggan serta pemahamannya sebagai berikut.

Tabel 3.6
Nilai Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Dimensi	Jumlah Skor	Rata-rata	Keterangan
Harapan konsumen yang terpenuhi	210	4,12	Puas
Minat membeli kembali	220	4,31	Sangat Puas
Kesediaan merekomendasikan	215	4,22	Sangat Puas
Total	645	4,22	Sangat Puas

Sumber: Hasil data penelitian diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui jumlah skor dan rata-rata dari variabel kepuasan pelanggan (Y). Jumlah skor yang didapatkan yaitu 645 dan rata-rata skor yaitu 4,22 dengan penilaian sangat puas. Penilaian tertinggi adalah dimensi minat membeli kembali dengan skor 4,31 dan penilaian terendah pada dimensi harapan konsumen yang terpenuhi dengan rata-rata 4,12. Hal ini dikarenakan karyawan Phenom Event Indonesia sudah berusaha dan berupaya semaksimal mungkin untuk memberikan service terbaik untuk memuaskan harapan dan keinginan pelanggan meskipun belum secara keseluruhan secara personal. Akan tetapi, hal ini dibuktikan juga dengan fakta bahwa pelanggan yang melakukan *repeat order* adalah perusahaan yang sudah lama bekerja sama dan puas menggunakan jasa dari Phenom Event Indonesia dalam penyelenggaraan acara khususnya *meeting*.

3.2 Pembahasan

Penelitian dilaksanakan di perusahaan event organizer bernama Phenom Event Indonesia dengan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (x) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (y). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survey, wawancara, dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan sejumlah 17 responden dengan karakteristik yang mendominasi adalah laki-laki dengan usia 36-45 tahun dengan sumber informasi yang diperoleh melalui Instagram serta sebagian besar pelanggan telah menggunakan jasa layanan *event meeting* Phenom Event Indonesia sebanyak lebih dari 5 kali.

Berdasarkan hasil analisis uji-t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (x) terhadap Kepuasan Pelanggan (y). Dengan uji t hal ini ditunjukkan dengan thitung lebih besar dari ttabel dengan nilai $8,390 > 1,746$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan. Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya kualitas pelayanan *event meeting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Phenom Event Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang artinya kenaikan kualitas pelayanan akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan pelanggan. Hasil dari koefisien determinasi menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 82,4% yang termasuk dalam kategori sangat kuat, sementara sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu antara lain penelitian yang dilakukan oleh (Aulia Angela, 2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Semar Production Event Organizer Yogyakarta" menyatakan bahwa "adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa. Pengaruh tersebut signifikan dan tergolong dalam kategori kuat".

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nikita J.P, 2018) yang berjudul "Pengaruh Event Service Quality terhadap Kepuasan Pengunjung dalam Event dalam Event HOMEDEC 2018" didapatkan hasil bahwa "layanan yang dirasakan dari pengunjung Event HOMEDEC 2018 adalah acara ini cukup baik karena mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dari kualitas layanan yang diharapkan untuk mencapai kepuasan acara.." Dari hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator dimensi *tangibles* (bukti fisik) mendapatkan skor paling rendah yaitu pada pernyataan "Kelengkapan alat *event* yang diinginkan pelanggan dapat disediakan oleh pihak Phenom Event Indonesia" dengan skor rata-rata sebesar 3,76 dengan penilaian Baik. Diikuti dengan dimensi *assurance* (jaminan) dengan butir pernyataan paling rendah yaitu "Kemampuan karyawan dalam memahami dan menjelaskan produk jasa yang ditawarkan" dan "Semua kebutuhan *equipment event* sesuai yang disepakati oleh pelanggan" yaitu mendapatkan

rata-rata sebesar 4,00 dengan penilaian Baik. Dimana menurut penelitian sebelumnya, kepuasan pelanggan termasuk bukti fisik dan jaminan sangat penting. Penelitian yang dilakukan oleh (Osti, Disegna, dan Brida, 2012) menjelaskan bahwa *event* yang disukai konsumen adalah *event* yang memberikan kepuasan. Kepuasan konsumen pada sebuah acara dihasilkan dari salah satu faktornya adalah pelayanan, pengunjung memperoleh kepuasan ketika perusahaan memberikan *service* terbaik selama *event* berlangsung.

Nilai tertinggi pada rata-rata variable kualitas pelayanan adalah dimensi *emphaty* (kepedulian) dengan skor sebesar 4,34 yang menginterpretasikan sangat Baik. Pada dimensi bukti fisik, butir pernyataan tertinggi yaitu “Karyawan mampu memberikan solusi dan saran permasalahan pelanggan” dengan rata-rata skor 4,47 dengan penilaian sangat Baik. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan *manager sales marketing*, staf Phenom Event Indonesia dituntut harus dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga berupaya segala cara untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan solusi alternatif apabila terdapat suatu masalah yang muncul.

Dimensi kepedulian berpengaruh bagi kepuasan pelanggan padapenelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Philip Kotler (2016:176) bahwa kepedulian terhadap kepuasan konsumen sebagai faktor kunci dalam pemasaran yang berhasil. Kepedulian sebagai fondasi yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, membangun hubungan yang kuat, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Konsumen dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa layanan *event meeting* di Phenom Event Indonesia. Diketahui dengan karyawan perusahaan yang memperdulikan kebutuhan pelanggan, dapat membuat pelanggan lebih lebih nyaman dalam menggunakan layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dari hasil penilaian responden yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan, menunjukkan rata-rata nilai kepuasan pelanggan adalah 4,22 dengan kategori sangat puas. Perusahaan Phenom Event Indonesia mendapatkan *feedback* yang positif dari pelanggan yang puas dengan pelayanan jasa yang dapat dilihat pada ulasan akun google Phenom Event Indonesia. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelanggan yang menggunakan jasa layanan *event meeting* secara keseluruhan merasa sangat puas dalam aspek bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian yang diberikan.

Dengan demikian, kualitas pelayanan *event meeting* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Phenom Event Indonesia. Didukung penelitian oleh (Tjiptono, 2016:59) bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Hal ini berdampak positif bagi perusahaan Phenom Event Indonesia.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 8,390. Nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel (1,746). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uji koefisien determinasi ditemukan nilai sebesar 82,4%. Nilai ini menunjukkan variable kualitas pelayanan membentarkan kontribusi sebesar 82,4% terhadap kepuasan pelanggan. sementara sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil nilai rata-rata kualitas pelayanan ditemukan nilai sebesar 4,18 (Baik). Dari 5 dimensi kualitas pelayanan diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi empaty dengan skor 4,34 (Sangat Baik). Sedangkan nilai terendah pada dimensi tangible dan assurance dengan skor 4,09 (Baik).

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, A. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Semar Production Event Organizer Yogyakarta". (Online). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. <http://repository.upi.edu> diakses pada 14 Juli 2023.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS 25*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Nikita, Jessica. 2020. "Pengaruh *Event Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengunjung dalam *Event HOMEDEC 2018*". (Online). November. Vol.1, No. 4; hal. 120-126. <https://doi.org/10.32722/bev.v1i4.5418> diakses pada 14 Juli 2023.
- Noor. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman. 2014. *The Behaviorial Consequenses Of Service Quality*. New
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.