



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa *Répondez S'il Vous Plait* di Twogather Wedding Planner Bali

¹Ida Ayu Agung Adnyani Pidada, ²Ketut Arjaya, ³)I.G.A Ratih Asmarani

Program Studi Manajemen Konvensi dan Perhelatan Politeknik Pariwisata Bali, Jl. Dharmawangsa Kampial, Nusa Dua, Bali

e-mail: ¹ agungadnyani@icloud.com , ² ktut.skom2007@gmail.com,
³ * igaratihasmalani@gmail.com
*)Corresponding Author

ABSTRACT

Events are not only carried out for business purposes but are also carried out for personal interests, one of which is wedding events. One of the wedding organizers working on the island of Bali is Twogather Wedding Planner Bali which can provide services for organizing wedding events such as catering, loudspeakers and RSVP. RSVP services are carried out to take into account the number of guests who come so this study was conducted to find out how the influence of the quality of services provided in the RSVP wedding on customer satisfaction at Twogather Wedding Planner Bali. This research was carried out with a quantitative approach using the method of multiple linear regression analysis. Questionnaires were distributed by accidental sampling to 34 respondents. The results of service quality research from reliability indicators, namely t-count in reliability (X1) amounted to 4,617 stating that service user satisfaction has a positive and significant effect on service quality, t-count in responsiveness (X2) amounted to 4,960 stating that service user satisfaction has a positive and significant effect on service quality, the t-count in the guarantee (X3) is 2.240 which states that service user satisfaction has a positive and significant effect on service quality, the t-count in empathy (X4) is -1.294 which states that service user satisfaction has a negative and insignificant effect on quality. service, t-count in empathy (X5) amounted to 7,832 states that service user satisfaction has a positive and significant effect on service quality

Keywords: user satisfaction, service quality, wedding organizers.

Abstrak

Event tidak hanya dilakukan untuk kepentingan bisnis melainkan juga dilakukan untuk kepentingan pribadi, salah satunya yaitu event wedding. Salah satu wedding organizers yang bergerak di Pulau Bali adalah Twogather Wedding Planner Bali yang dapat memberikan pelayanan terhadap jasa pengorganisasian acara pernikahan seperti catering, pengeras suara dan RSVP. Pelayanan RSVP dilakukan untuk memperhitungkan jumlah tamu yang datang sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang

diberikan dalam RSVP wedding terhadap kepuasan pelanggan di Twogather Wedding Planner Bali. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier Berganda. Kuisisioner dibagikan secara *accidental sampling* terhadap 34 responden. Hasil penelitian kualitas pelayanan dari indikator kehandalan yaitu *t*-hitung dalam kehandalan (X1) berjumlah 4,617 menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, *t*-hitung dalam responsivitas (X2) berjumlah 4,960 menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, *t*-hitung dalam jaminan (X3) berjumlah 2,240 menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, *t*-hitung dalam empati (X4) berjumlah -1,294 menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kualitas pelayanan, *t*-hitung dalam empati (X5) berjumlah 7,832 menyatakan bahwa kepuasan pengguna jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna Jasa. Kualitas pelayanan. Wedding organizers.

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi tujuan wisata dan sudah terkenal hingga kancah Internasional. Pariwisata yang berkembang di pulau Bali tidak hanya dilihat dari keindahan tempat wisata dan keunikan budayanya saja, tetapi ada kegiatan lain seperti event. Menurut Any Noor (2013:24), *organizational event* atau *event* bisnis sering dilakukan oleh perusahaan atau instansi. Ciri dari *event* ini adalah adanya peningkatan pendapatan pada perusahaan atau daerah. Selanjutnya Any Noor menjelaskan bahwa jenis *event* bisnis adalah *meeting*, *incentive*, *conference* dan *exhibition* (MICE) Selain itu *private event* seperti *wedding* semakin diminati oleh turis asing maupun warga lokal yang berkunjung ke Bali. Banyaknya orang yang ingin melakukan prosesi upacara pernikahan sekaligus menikmati keindahan alam Bali ataupun *honeymoon*, membuat semakin banyak orang memilih untuk melakukan upacara pernikahan di Bali

Menurut Fithrati dalam (Ina Najiyah & Suharyanto, 2017:79) mengemukakan bahwa *Wedding Organizer* (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk acara pernikahan, baik dalam perencanaan maupun pada saat hari pernikahan. WO harus mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, tidak hanya dengan memberikan pelayanan yang prima tetapi juga dengan memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik. Twogather Wedding Planner Bali adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan pernikahan yang berlokasi di Jalan Rumah Sakit Unud Jimbaran Bali. Menurut Andini selaku *Project Manager* di Twogather Wedding Planner Bali, WO ini memiliki dua jenis pelayanan yang tersedia. Pelayanan tanpa menggunakan jasa RSVP dan yang menggunakan jasa RSVP bergantung pada kebutuhan dari pengguna jasa. Pengguna jasa yang menjadi target pemasaran dari Twogather Wedding Planner adalah *Chinese* Indonesia.

Manajemen Twogather Wedding Planner Bali dalam operasionalnya

menggunakan beberapa indikator yang dapat, mengukur keberhasilan kinerja penjualan seperti tingkat penjualan paket *wedding* dengan menggunakan RSVP yaitu *Rezpondese s'il vous plait* dalam Bahasa Perancis memiliki arti anda perlu konfirmasi untuk datang. RSVP di sini berfungsi untuk menjumlahkan tamu yang hadir dan menghindari tamu diluar dari daftar. Penggunaan RSVP pada *wedding* sangat berguna memperhitungkan jumlah tamu yang datang untuk meningkatkan kualitas pelayanan Twogather Wedding Planner Bali untuk memastikan bahwa pengguna jasa puas dengan layanan yang diberikan oleh *wedding organizer*. Menurut Abdulah & Franciz (2016:44), kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat . Pelayanan bertujuan membawa kepuasan kepada konsumen dalam mempengaruhi profitabilitas maksimum bagi perusahaan. Dengan menggunakan RSVP (*Rezpondese s'il vous plait*) dapat meningkatkan kualitas pelayanan bagi Twogather Wedding Planner Bali dalam mempermudah pengguna jasa *wedding* untuk melaksanakan pernikahannya.

Tjiptono (2011:261) terdapat lima dimensi yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Namun Twogather Wedding Planner Bali tidak menjalankan ke lima dimensi tersebut yaitu keandalan (*reliability*) dalam kinerja pelayanan RSVP hanya diberlakukan selama satu bulan sebelum acara pernikahan berlangsung, daya tanggap (*responsiveness*) tidak adanya staff khusus yang bertugas untuk melakukan RSVP tersendiri, jaminan (*assurance*) pelayanan hanya berlaku lima hari dalam satu minggu dan sembilan jam dalam sehari, bukti fisik (*tangible*) hanya memanfaatkan *template* yang sudah dibuat dan menggunakan aplikasi pesan Whatsapp dan empati (*empathy*) dengan jam kerja yang hanya hanya berlaku lima hari dalam satu minggu dan sembilan jam dalam sehari akan berdampak pada ketanggapan dan empati kinerja terhadap pengguna jasa. Tingkat pembelian *wedding package* dengan menggunakan pelayanan RSVP di Twogather Wedding Planner Bali Tahun 2018-2020 yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1: Tingkat pembelian *wedding package* dengan menggunakan pelayanan RSVP di Twogather Wedding Planner Bali Tahun 2018-2020 [Sumber: Twogather Wedding Planner Bali, 2021 (Data Diolah)]

Bulan	2018	2019	2020
Januari	2	1	2
Februari	1	0	1
Maret	4	1	0
April	2	2	0
Mei	3	1	0
Juni	1	2	0
Juli	3	0	0
Agustus	2	2	0
September	6	5	0

Oktober	5	2	0
November	3	3	1
Desember	3	1	0
Total jumlah Pengguna Jasa	35	20	4

Tabel 1 jumlah *wedding* yang di tangani oleh Twogather Wedding Planner Bali dengan pelayanan RSVP mengalami *fluktuasi* (ketidak pastian), *fluktuasi* tersebut terjadi karena beberapa faktor seperti adanya keluhan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga terjadilah *fluktuasi* pada tingkat penjualan paket *wedding* dengan pelayanan RSVP di Twogather Wedding Planner Bali. Berikut keluhan pengguna jasa terhadap Twogather Wedding Planner Bali yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2: keluhan pengguna jasa terhadap Twogather Wedding Planner Bali
[Sumber: Twogather Wedding Planner Bali, 2021 (Data Diolah)]

No	Tahun	Nama Pengantin	Jumlah Tamu	Akomodasi	Keluhan
1	2018	Jeffrey & Rosha 13 Januari 2018	250 orang	Ayana Resort and Spa Bali & Kuta Beach Heritage Hotel Bali	Tidak mengerti konten yang dikirim terkait acara yang akan berlangsung
		Teddy & serica 28 Januari 2018	300 orang	Sofitel, crystal nusadua, santika nusadua	Tidak bisa mengkonfirmasi kehadiran dari jauh hari
		arcel & patricia 5 April 2018	150 orang	Best Western & Golden Tulip Jimbaran	any respon dari klien
2	2019	Aditya & Angel 27 Agustus 2019	138 orang	Best Western Kamala Jimbaran & Alila Uluwatu	Tidak mengerti cara membalas pesan untuk mengkonfirmasi kehadiran
		Danny & Tiffany 28 September 2019	260 orang	Samabe	Tidak bisa mengkonfirmasi kehadiran dari jauh hari
		Jerry & Natashya 23 November 2019	204 orang	Holiday lin Resort Bali Benoa & Ibis Style	any respon dari klien
3	2020	Rio & dita 18 Januari 2020	142 orang	Santika Nusa Dua, Ibis Style Nusa Dua & Revivo	Meminta tambahan akomodasi
4		Michele & Christian 22 Februari 2020	104 orang	Condrad Bali & Santika Nusa Dua	Tidak memperhatikan informasi yang tertera dalam <i>whatsapp</i>
		Vincent & ivana 29 November 2020	72 orang	Resort and Spa Bali	Waktu mengkonfirmasi kehadiran dekat dengan hari pernikahan

Tabel 2 menunjukkan lihat beberapa keluhan di Twogather Wedding Planner Bali yang masih kurang memuaskan penggunajasa. Hal-hal seperti tidak mengerti konten yang dikirim terkait acara yang akan berlangsung, tidak mengerti cara membalas pesan untuk mengkonfirmasi kehadiran, tidak adanya respon dari pengguna jasa. Jika hal tersebut di atas tidak terpenuhi secara maksimal maka akan berdampak pada pengurangan minat pengguna jasa untuk menggunakan jasa pelayanan RSVP dari Twogather Wedding Planner Bali, yang berujung pada penurunan jumlah pengguna jasa yang menggunakan pelayanan RSVP di setiap tahunnya. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan langkah-langkah untuk menghadapi berbagai keluhan yang terjadi yang dapat meningkatkan jumlah pengguma jasa RSVP adalah dengan melakukan penelitian yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Twogather Wedding Planner Bali.

Kajian Pustaka Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan ialah suatu perbuatan seseorang ataupun organisasi yang tujuannya adalah memberi kepuasan bagi pegawai maupun konsumen (Kasmir, 2017:47). Untuk menilai kualitas layanan berdasarkan perbedaan antara harapan konsumen dengan Kualitas pelayanan dinilai berdasarkan perbedaan antara harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima dengan kenyataan yang didapatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang utama yang perlu mendapat perhatian serius oleh sebuah perusahaan sebab menyangkut semua sumber daya yang milik perusahaan. . Kualitas sebuah jasa dapat terwujud dengan pemenuhan kebutuhan serta ekspektasi klien dan juga tingkat ketepatan penyampaiannya guna menyeimbangkan harapan klien. Oleh sebab itu, terdapat dua penyebab utama yang mampu berpengaruh pada kualitas jasa : jasa yang diekspektasikan serta jasa yang di persepsikan (Parasuraman, et al., 1985).

Baik atau buruknya kualitas jasa dapat diukur dari kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan para pelanggannya dengan konsisten (Tjiptono & Chandra, 2011 : 180). Pengukuran kualitas pelayanan mempunyai arti melakukan evaluasi atau memperbandingkan performa sebuah jasa dengan standar yang ditetapkan sebelumnya (Tjiptono, 2011). Menurut Kotler (2002:499) terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan antara lain: Reliabilitas (*Reliability*), Responsivitas (*Responsiveness*), Jaminan kepastian (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti fisik (*Tangibles*).

Répondez S'il Vous Plait (Tolong Tanggapi)

RSVP merupakan sebuah singkatan dari Bahasa perancis. Melansir The Spruce, RSVP adalah kata dari ungkapan Bahasa Perancis yakni *répondez s'il vous plait* yang artinya tolong tanggapi. Dalam Bahasa Inggris ungkapan ini diterjemahkan menjadi "*please respond*". Dalam sebuah undangan formal, tuan rumah biasanya memberikan kartu sendiri beserta

amplopnya untuk tamu membalas undangan tersebut (Kompas. "Apa Maksud RSVP pada Undangan?" Kompas.com, 21 Desember 2020). RSVP berguna untuk tuan rumah karena mereka bisa memperhitungkan jumlah tamu yang datang. Untuk menghormati tuan rumah, alangkah baiknya jika yang diundang melakukan RSVP kepada kontak narahubung yang dicantumkan. Selain itu, biasanya RSVP juga diberi tenggat waktu tertentu sebelum hari-H. Dengan begitu, setelah menerima undangan, lebih baik segera memeriksa jadwal dan melakukan RSVP.

Menurut Mogaghan (dalam Maita, Idria dan Arabiatul Adawiyah, 2017), Reservasi merupakan proses klerikal elektronik yang mana produk perjalanan berupa tiket pesawat, kamar hotel, kamar yang ada pada kapal pesiar disediakan untuk dipakai serta akhirnya dibeli oleh individu. Pada kutipan tersebut, sistem yang digunakan reservasi diterapkan juga dalam dunia *wedding organizer* akan tetapi dirubah menjadi RSVP. Pengiriman undangan melalui aplikasi *whatsapp* dilakukan dengan mengirimkan undangan melalui email. Undangan pernikahan juga berisi aplikasi yang harus diunduh tamu karena di dalam aplikasi tersebut terdapat *link* sebagai penanda identitas tamu. Di dalam aplikasi *whatsapp* juga terdapat jadwal pernikahan, informasi mengenai akomodasi, transportasi dan ada google maps arah jika ada tamu yang kesulitan mencari lokasi pernikahan. Sedangkan dalam hal penerimaan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan yang ada di dalam *whatsapp*. Sehingga ketika tamu datang ke hotel tujuan, hanya dengan menunjukkan informasi pribadi saja bisa diketahui identitas tamu tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah masukan dari pelanggan terhadap produk atau jasa mengenai kegunaan produk atau jasa tersebut apakah sudah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan ini dirasakan setelah pelanggan merasakan produk lalu merasakan pengalaman baru setelah mengkonsumsi atau mendapatkan pelayanan yang tidak terlupakan. Pada kajian pustaka kepuasan pelanggan yang dilaksanakan oleh Giese & Cote (2000), mendapatkan kemiripan pada tiga aspek utama:

1. Kepuasan pelanggan adalah respon (emosional ataupun kognitif).
2. Respon itu terkait dengan fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya).
3. Respon muncul di waktu tertentu (sesudah konsumsi, sesudah pemilihan produk/jasa, atas dasar pengalaman akumulatif, serta yang lainnya)

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Memberikan kualitas layanan atau jasa yang terbaik merupakan salah satu cara dalam menjaga kepercayaan pelanggan yang nantinya akan berdampak besar dalam penjualan dan pendapatan perusahaan. Kotler, et al. (2004), (dalam

Tjiptono, 2011:314-316) menemukan empat metode guna melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, antara lain: Sistem Keluhan serta Saran, *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*, *Lost customer Analysis* dan Survei kepuasan Pelanggan. Terdapat lima faktor utama penentu tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya (Lupiyoadi, 2001 :35): Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Emosional, Harga, Biaya. Irawan (2004:37) menyebutkan, determinan yang mendorong kepuasan pelanggan antara lain: Kualitas produk, Harga, *Service Quality*, *Emotional Factor*, Biaya dan Kemudahan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik Metode Skala Lima Tingkat Likert Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Analisis Determinasi, Analisis t-test, Analisis F-test. Populasi dari penelitian ini menggunakan menggunakan tingkat *margin error* 5% berjumlah 34 pengguna jasa di Twogather Wedding Planner Bali.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Setelah diidentifikasi keseluruhan dari kuesioner yang disebarkan kepada 34 responden. Untuk karakteristik responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada laki-laki. Responden didominasi oleh rentang usia 24-29 tahun, yaitu sebanyak 18 orang (52%). Disusul dengan rentang usia 30 - 35 tahun sebanyak 11 orang (31%), rentang usia 18 - 23 tahun (14%) dan rentang usia ≥ 36 tahun (3%). Responden dengan jenis pekerjaan didominasi oleh wirausaha, yaitu sebanyak 22 orang (61%).

Hasil dari uji validitas dijelaskan bahwa *item-item* pertanyaan dinyatakan *valid* karena masing-masing item memiliki koefisien *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel sebesar 0,3388 atau kriteria minimum validitas. Oleh karena itu pertanyaan tersebut layak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa di Twogather Wedding Planner Bali. Sedangkan untuk uji reliabilitas semua variabel yang diujikan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

3.2 Pembahasan

Analisis deskriptif kuantitatif dari hasil analisis regresi berganda, uji t-test, uji F-test dan uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh dari 5 indikator kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa di Twogather Wedding Planner Bali. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 34 pengguna jasa di Twogather Wedding Planner Bali, dari hasil analisis kuantitatif dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan pelayanan dari indikator kehandalan (*reliability*)

- (X) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 4,617 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$.
2. Variabel kualitas pelayanan dari indikator responsivitas (*responsiveness*) (X2) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 4,960 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$
 3. Variabel kualitas pelayanan dari indikator jaminan (*assurance*) (X3) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 2,240 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,033 < 0,05$.
 4. Variabel kualitas pelayanan dari indikator Empati (*Empathy*) (X4) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $< ttabel = -1,294 > -1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,206 > 0,05$.
 5. Variabel kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) (X5) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 7,832 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$.
 6. Variabel kualitas pelayanan (X) “secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai Fhitung $> = 52,531 > 4,15$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$.
 7. Nilai *R square* yang diperoleh dari hasil analisis adalah 0,904 memiliki arti bahwa variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebas sebanyak 90,4% ($0,904 \times 100\%$), sisanya sebesar 9,6% ($100\% - 90,4\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 90,4% maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh sangat kuat terhadap variabel terikat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan pelayanan dari indikator kehandalan (*reliability*) (X) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 4,617 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$. Maka, H_0 diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator kehandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari

- indikator responsivitas (*responsiveness*) (X2) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 4,960 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator responsivitas (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari indikator jaminan (*assurance*) (X3) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 2,240 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,033 < 0,05$. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari indikator Empati (*Empathy*) (X4) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $< t_{tabel} = -1,294 > -1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,206 > 0,05$. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator Empati (*Empathy*) tidak memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
 5. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan bukti fisik (*tangible*) (X5) “secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai thitung $> = 7,832 > 1,693$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
 6. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) “secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai Fhitung $> = 52,531 > 4,15$ dan nilai signifikansi $< a = 0,000 < 0,05$. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. yaitu kualitas pelayanan dari indikator kehandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa.
 7. Melalui hasil koefisien determinasi, besarnya variabel kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 90,4% terhadap kepuasan pengguna jasa, sedangkan 9,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

tingkatkan lagi melihat penilaian pelanggan masih cukup puas.

1. Pada empati, pengguna jasa merasa cukup puas. Namun Twogather Wedding Planner Bali masih harus terus meningkatkan kualitasnya untuk mendapatkan nilai sangat puas.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat dianalisis pengaruh faktor-faktor lain dari faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna Jasa yang dapat merangsang Kualitas Pelayanan di Twogather Wedding Planner Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Edisi Kesepuluh terjemahan Hendra Teguh : Prenhallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Depok: Salemba Empat.
- Maita, Idria, and Arabiatul Adawiyah. "Sistem Informasi Reservasi Online Pada Guest House Uin Suska Riau Berbasiskan Web." *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi* 3.1 (2017): 85-96.
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.