

**PERSEPSI KUALITAS LAYANAN HANDLING DAN PRODUK EVENT TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PHENOM EVENT INDONESIA**

Putu Hari Sujana^{1*}, I Putu Esa Widaharthana², I Gede Sumadi³

Jurusan Kepariwisataan, Program Studi Pengelolaan Konvensi Dan Acara
Politeknik Pariwisata Bali

*Email : putuharisujana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang terhadap kepuasan konsumen Populasi para konsumen yang telah menggunakan jasa atau produk barang dari Phenom Event Indonesia dan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 85 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas layanan handling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan barang berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang terhadap keputusan pembelian sebesar 64,1%. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah diharapkan Phenom Event Indonesia selalu melakukan pengawasan kepada team yang melaksanakan event, agar nantinya team selalu berusaha teliti dalam mengerjakan tugas dan pekerjaan, selalu melakukan pengecekan barang secara detail sebelum pelaksanaan event, agar nantinya barang yang digunakan saat event dapat berfungsi dengan baik dan selalu memberikan pelayanan yang baik, serta menyediakan produk dan barang yang berkualitas.

Kata Kunci : Kualitas layanan handling, Kualitas produk dan barang, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the quality of handling services and the quality of products and goods on consumer satisfaction. The population of consumers who have used services or goods products from Phenom Event Indonesia and the sample used is 85 respondents. The data analysis techniques used in this study are Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination, t-Test and F Test. Based on the results of the study, it can be seen that the quality of handling services has a positive and

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No 234
DOI : Prefix DOI : 10.8734/
panorama.v1i1.1395

Copyright : Author

Publish by : Panorama



This work is licensed
under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

significant effect on purchase decisions, the quality of products and goods has a significant positive effect on purchase decisions and the quality of handling services and the quality of products and goods, simultaneously having a significant effect on consumer satisfaction The magnitude of the influence of the variables of handling service quality and product and goods quality on purchase decisions is 64.1%. The suggestion that can be given by the researcher is that it is hoped that Phenom Event Indonesia will always supervise the team that carries out the event, so that later the team will always try to be careful in doing tasks and work, always check the goods in detail before the event, so that later the goods used during the event can function properly and always provide good service, as well as providing quality products and goods.

Keywords : *Quality of handling services, Quality of products and goods, Purchase desicions*

PENDAHULUAN

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. Kualitas produk dan pelayanan jasa yang mencakup evolusi konsep kualitas, perubahan dalam standar produksi, dan peran pelanggan dalam menilai kualitas. Peningkatan kualitas produk dan jasa telah menjadi fokus utama perusahaan terutama di Industri Event Organizer untuk memenuhi harapan konsumen dan bersaing di pasar. Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan diuntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan agar kepuasan pelanggan meningkat serta dengan cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas produk dan layanan yang diberikan.

Selain itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan mendorong pelanggan tersebut untuk loyal pada produk atau jasa yang digunakan. Loyalitas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan, tercemin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Perusahaan perlu mengamati

loyalitas pelanggan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta tercapainya tujuan dari perusahaan. Loyalitas itu sendiri adalah kesetiaan pelanggan untuk membeli kembali dan bertahan, salah satu bisnis yang tengah berkembang di Indonesia adalah event organizer. Menurut Natoradjo (2011), event organizer merupakan perusahaan jasa yang bertanggung jawab membuat desain event, merencanakan, melakukan koordinasi, pengawasan terhadap pelaksanaan dan keberhasilan sebuah event.

Sehubungan dengan hal tersebut pada tabel 1.1 yang menunjukkan jumlah event dan presentase kepuasan klien yang pernah diselenggarakan oleh Phenom Event Indonesia dari tahun 2021 – 2023 sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah Event Yang Di Tangani Phenom Event Indonesia Periode 2021 - 2023

| Tahun | Jumlah Event |
|-------|--------------|
| 2021 | 171 |
| 2022 | 209 |
| 2023 | 213 |
| Total | 593 |

Sumber : Phenom Event Indonesia 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 Phenom Event Indonesia telah menangani event sebanyak 593 event pada periode tahun 2021 – 2023. Untuk dapat bertahan dengan situasi pasar yang semakin kompetitif, hal inilah yang mendorong peneliti ingin lebih jauh lagi mengetahui tentang tingkat kepuasan konsumen setelah menerima pelayanan barang dan jasa dari Phenom Event Indonesia. Dari total jumlah event yang telah ditangani oleh Phenom Event Indonesia terdapat beberapa repeater client yang sudah menggunakan jasa Phenom Event Indonesia dalam waktu 3 tahun dari tahun 2021 - 2023 yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Daftar Repeater Konsumen Yang Menggunakan Produk Dan Jasa Phenom Event Indonesia Periode 2021 – 2023

| No | Perusahaan Konsumen / Pelanggan | Periode Tahun |
|----|----------------------------------|-------------------|
| 1 | Polda Bali | 2021 & 2022 |
| 2 | Elisabeth Internasional | 2021, 2022 & 2023 |
| 3 | PT. Pupuk Kaltim | 2022 & 2023 |
| 4 | BNN Indonesia | 2022 & 2023 |
| 5 | SMAC | 2021 & 2022 |
| 6 | The Laguna Resort & SPA Nusa Dua | 2021, 2022 & 2023 |
| 7 | Grand Hyatt | 2021, 2022 & 2023 |
| 8 | Bank BNI | 2022 & 2023 |
| 9 | Saint Gobain | 2021, 2022 & 2023 |
| 10 | EXXON Mobil Group | 2021 & 2022 |
| 11 | VIAVI Group | 2021 & 2022 |
| 12 | Bank BRI | 2021 & 2022 |

Sumber : Phenom Event Indonesia,2024

Berdasarkan pada table 1.2 dapat dilihat terdapat 12 repeated konsumen yang menggunakan pelayanan jasa dan barang produk dari Phenom Event Indonesia yang berlangsung dari tahun 2021 -2023. Berdasarkan jumlah total dari terselenggaranya event oleh Phenom Event Indonesia, terdapat beberapa keluhan dari konsumen. Keluhan bisa terjadi karena masalah teknis , sistem , sumber daya manusia atau kualitas barang yang di gunakan. Keluhan sejatinya merupakan evaluasi terhadap peluang kepuasan pelanggan untuk memperbaiki masalah atau complain yang berpotensi menyebabkan *silent complains*.

Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Barang dan Jasa Di Phenom Event Indonesia Periode 2021 – 2023

| Tahun | Konsumen | Keluhan |
|-------|--|--|
| 2021 | 1. Polda Bali 2. BNN Indonesia | a. Pemasangan dekorasi yang kurang rapi, adanya sisa dari bahan produksian seperti paku dan serpihan kayu b. Speaker delay dan sering noise pada saat ada yang berbicara. c. Kesalahpahaman dengan panitia sehingga menyebabkan perubahan susunan acara saat acara di mulai. |
| 2022 | 1. Saint Gobain 2. VIAVI 3. Bank BNI 4. EXXON Mobil Group | a. Proyektor tidak sesuai seperti keinginan konsumen b. Lighting show yang kurang memuaskan c. Led screen yang banyak bergaris d. Meeting Room bersampingan dengan event lain sehingga mengganggu suasana.. |
| 2023 | 1. Grand Hyatt 2. Elizabeth Internasional 3. The Laguna Resort and SPA Nusadua | a. Ketidak rapan instalasi kabel system b. Kurang teliti dalam mengecek battery mic yang akan di gunakan. |

Sumber : Phenom Event Indonesia, 2024

Berdasarkan tabel 1.1.3 dapat di lihat bahwa dari tahun 2021 – 2023 terdapat keluhan dari beberapa konsumen, jenis keluhan cenderung dari kesalahan yang sama dan berulang yang menyebabkan kerugian antara dua belah pihak antara (EO) dan pelanggan. maka dari itu hal ini perlu diteliti lebih lanjut untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan produk yang diberikan oleh Phenom Event Indonesia.

Tabel 1. 4 Kompetitor dari Phenom Event Indonesia

| Nama Perusahaan | Rating Ulasan Bintang 5 |
|------------------------|-------------------------|
| Central Events | 19 |
| Maximize Event | 129 |
| Kopi Panas Bali | 23 |
| Signal Event Indonesia | 346 |
| Perempatan Events | 180 |
| PACTO | 189 |
| Triple E Organizer | 20 |
| Energy Event | 38 |
| Bali Happy Event | 48 |
| Bali Event Company | 17 |

Sumber : aplikasi Google Maps, 2024

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah harapan konsumen yang bervariasi terkait dengan tenaga kerja, fungsi, dan lingkungan produk. Ini mencakup aspek seperti keseluruhan, ketepatan, daya tahan, kemudahan pengoperasian, dan atribut lainnya. Delapan tolak ukur yang mengukur kualitas produk meliputi realibilitas, kinerja, fitur, keawetan, desain, konsistensi, persepsi, dan estetika. Kualitas produk menjadi penentu utama dalam kepuasan konsumen dan berpengaruh besar setelah transaksi. Indikator kualitas produk menurut Mullins et al., indikator kualitas produk meliputi: Performance, Durability, Conformance to specifications, Features, Reliability, Aesthetics, Perceived Quality.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan didefinisikan sebagai kemampuan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan persyaratan konsumen dengan ketepatan waktu. Menurut Arianto (2018), ini berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan. Wijaya (2011) menambahkan bahwa kualitas ditentukan oleh keputusan pelanggan berdasarkan pengalaman langsung. Kualitas pelayanan mencakup perbandingan antara layanan yang diberikan perusahaan dan harapan konsumen. Mempertahankan kualitas layanan berkontribusi pada diferensiasi, posisi pasar, dan strategi bersaing, serta menciptakan hubungan harmonis dan loyalitas pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan indikator kualitas pelayanan sebagai berikut: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles

Persepsi Kepuasan

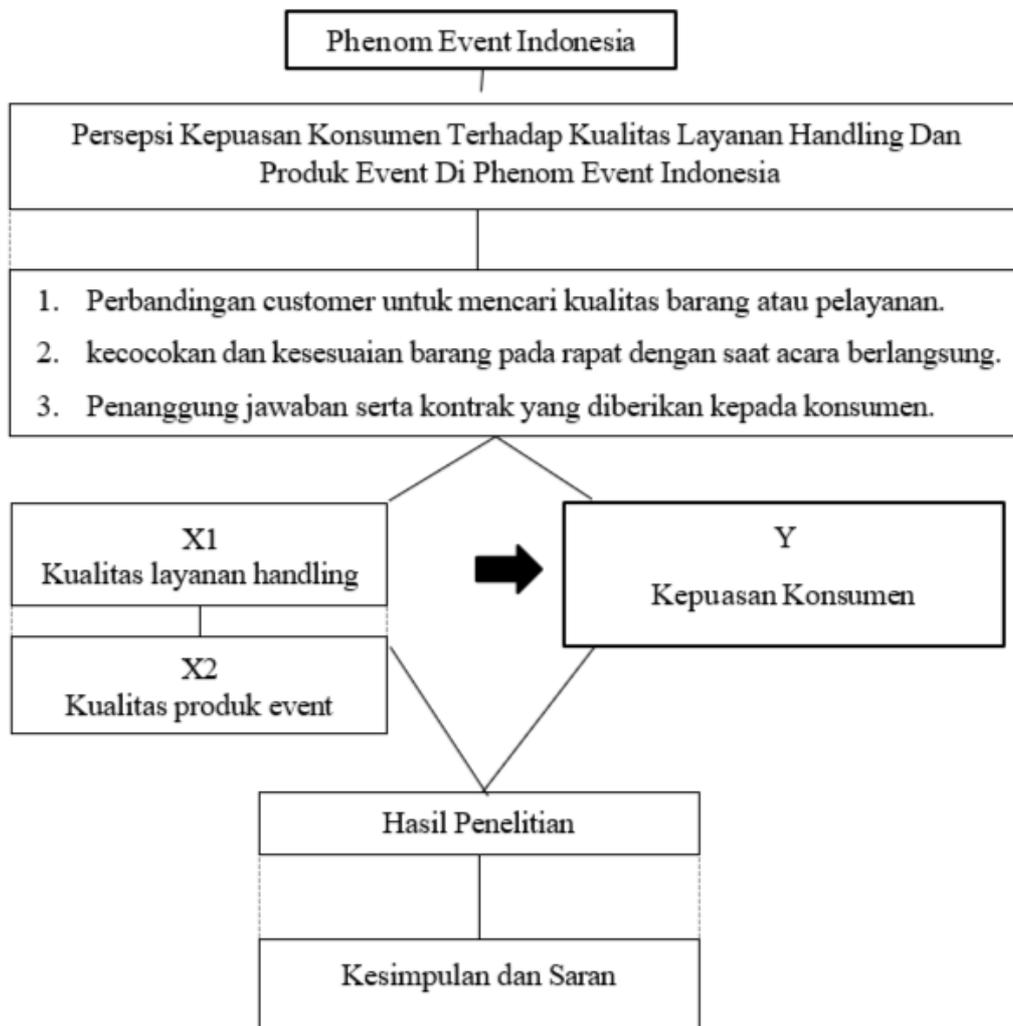
Persepsi kepuasan merupakan keadaan di mana keinginan, harapan, dan kebutuhan terpenuhi (Wangsa & Harahap, 2020). Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur untuk menilai apakah kualitas layanan dan produk dari Phenom Event Indonesia berdampak positif atau negatif terhadap citra merek. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi

kepuasan meliputi: Efisiensi event, keefektifan event, kepuasan, kebanggaan menggunakan layanan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul ketika hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013), kepuasan terjadi jika kinerja produk atau layanan memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan demikian, kepuasan konsumen merupakan pemenuhan harapan terhadap produk dan layanan. Indikator Kepuasan Konsumen menurut Irawan (2008), indikator kepuasan konsumen meliputi: Perasaan puas, Terpenuhinya harapan, Loyalitas pembelian.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini yaitu kuantitatif dengan analisis data statistik menggunakan bantuan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) 25. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner, wawancara dan melakukan studi dokumentasi. Pernyataan kuesioner bersifat tertutup dan menggunakan metode pengukuran

skala likert sebagai acuan yang disebarakan melalui platform WhatsApp kepada 85 responden. Teknik pengambilan *sampling* yaitu menggunakan rumus *Slovin* dengan Tingkat kesalahan sebesar 10%. Dalam penelitian ini terdapat uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta uji analisis data yaitu uji regresi linear berganda, uji R^2 , uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif berupa data jumlah event yang di selenggarakan oleh Phenom Event Indonesia periode 2020 – 2023, jumlah repeater konsumen Phenom Event Indonesia Periode 2020 – 2023 dan skor jawaban kuesioner yang telah dikalkulasikan dengan jawaban responden. data kualitatif berupa data berdasarkan hasil wawancara dari pihak Phenom Event Indonesia terkait dengan data dari Perusahaan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer berupa data yang diperoleh dengan mengunjungi langsung objek penelitian yaitu Phenom Event Indonesia, sedangkan data sekunder berupa data dari studi literatur, menggunakan jurnal-jurnal ilmiah, catatan-catatan yang memiliki kaitan dengan judul peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner sebagai alat penelitian yang disebarakan kepada responden telah diuji validitas dan reabilitasnya. Hasil uji validitas seluruh pernyataan variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,213 dan memiliki nilai $sig. < 0,05$ sehingga seluruh pernyataan variabel dinyatakan valid. Hasil uji reabilitas seluruh pernyataan variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ sehingga seluruh pernyataan variabel dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas dan reabilitas yang memenuhi syarat, maka dapat dilanjutkan pada uji selanjutnya.

Sebelum melakukan analisis data, hasil data penyebaran kuesioner yang diperoleh dari 85 responden berupa data karakteristik responden, perlu dikelompokkan untuk memudahkan analisis data dan mengetahui profil responden. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dari 85 responden pada penelitian ini, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebesar 56,5%, memiliki rentang usia 26-35 tahun sebesar 52,9% dan bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 75,3%. Setelah mengetahui profil responden, dilakukan uji asumsi klasik pada hasil data penyebaran kuesioner sebagai prasyarat sebelum melakukan analisis data regresi linear berganda. Hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,191 > 0,05$, sehingga disimpulkan data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *tolerance* sebesar $0,781 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,280 < 10$, sehingga disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas diperoleh nilai *sig*, kedua variabel yaitu sebesar 0,309 dan 0,983 lebih besar 0,05, sehingga disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Setelah memenuhi syarat uji asumsi klasik, hasil data penyebaran kuesioner dianalisis secara statistik untuk mengetahui persepsi kualitas layanan handling dan produk event terhadap kepuasan konsumen di Phenom Event Indonesia

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda variabel kualitas layanan handling, kualitas produk dan barang terhadap kepuasan konsumen di Phenom Event Indonesia diperoleh nilai konstanta sebesar 0,624, yang berarti apabila variabel kualitas layanan handling, kualitas produk dan barang ditiadakan, maka skor kepuasan konsumen akan sebesar konstanta 0,624. Diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan handling sebesar 0,475, yang berarti apabila variabel kualitas layanan handling mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan

diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan konsumen sebesar 0,475. Diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk dan barang sebesar 0,240, yang berarti apabila variabel kualitas produk dan barang mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan diikuti oleh meningkatnya skor kepuasan konsumen sebesar 0,240. Berdasarkan hasil uji data tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Phenom Event Indonesia adalah variabel yang memiliki nilai koefisien regresi tertinggi yaitu variabel kualitas layanan handling.

Tabel 3: Hasil Uji t Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|----------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| (Constant) | .624 | 1.196 | | .522 | .603 |
| Kualitas Layanan Handling | .475 | .064 | .553 | 7.469 | .000 |
| Kualitas Produk dan barang | .240 | .046 | .382 | 5.170 | .000 |

a. *Dependent Variable:* Kinerja Karyawan

[Sumber: Hasil data penelitian diolah, 2024]

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas layanan handling pada Tabel 3 diperoleh nilai thitung sebesar 7,469 < ttabel 1,663 dan nilai sig. sebesar 0,000 > 0,05, maka diputuskan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan handling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Phenom Event Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas produk dan barang pada Tabel 3 diperoleh nilai thitung sebesar 5,170 > ttabel 1,663 dan nilai sig. sebesar 0,000 > 0,05, maka diputuskan bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Phenom Event Indonesia.

Tabel 4: Hasil Uji f ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| 1 | Regression | 490.648 | 2 | 245.324 | 75.898 | .000b |
| | Residual | 265.047 | 82 | 3.232 | | |
| | Total | 755.694 | 84 | | | |

a. *Dependent Variable:* Kinerja Karyawan

b. *Predictors:* (*Constant*), Motivasi Kerja, Komunikasi Internal

[Sumber: Hasil data penelitian diolah, 2024]

Berdasarkan hasil uji f pada Tabel 4 diperoleh nilai fhitung sebesar 75,898 > ftabel 3,11 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka diputuskan bahwa H₀ ditolak dan H₃ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia.

Tabel 5: Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .806a | .649 | .641 | 1.798 |

a. *Predictors:* (*Constant*), Motivasi Kerja, Komunikasi Internal

b. *Dependent Variable:* Kinerja Karyawan

[Sumber: Hasil data penelitian diolah, 2024]

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 5 nilai R² adalah sebesar 0,649. Rumus untuk menentukan besarnya koefisien determinasi yaitu $D = R^2 \times 100\%$

$$D = (0,641) \times 100\%$$

$$D = 64,1\%$$

Diperoleh nilai persentase koefisien determinasi adalah sebesar 64,1%, yang berarti besarnya kontribusi variabel kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 64,1%. Sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh kualitas layanan handling dan produk dan barang terhadap kepuasan konsumen pada Phenom Event Indonesia

Hasil penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia.. Didapatkan dari hasil pengujian hipotesis, nilai Fhitung 75,898 >

3,11 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima. Dari hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia. Hasil penelitian ini didukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahira, Prasetyo Hadi dan Heni Nastiti (2021) memperoleh hasil bahwa kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan handling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia, dimana diperoleh nilai thitung $7,469 > 1,663$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan handling maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Phenom Event Indonesia. Sedangkan kualitas produk dan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia, dimana diperoleh nilai thitung $5,170 > 1,663$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk dan barang maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia. Dan kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia, dimana diperoleh nilai Fhitung $75,898 > 3,11$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait terutama menyangkut kualitas layanan handling dan kualitas produk dan barang, dan kepuasan konsumen pada pada Phenom Event Indonesia. yaitu sebagai berikut:

- a Berdasarkan variabel kualitas layanan handling pernyataan yang memiliki nilai rata – rata terendah ada “Team Phenom Event Indonesia sangat teliti dalam mengerjakan tugas dan pekerjaan”. Dari pernyataan hasil penelitian tersebut maka diharapkan Phenom Event Indonesia selalu melakukan pengawasan kepada team yang melaksanakan event, agar nantinya team selalu berusaha teliti dalam mengerjakan tugas dan pekerjaan.
- b Berdasarkan variabel kualitas produk dan barang pernyataan yang memiliki nilai rata – rata terendah ada “Barang dari Phenom Event Indonesia berfungsi dengan baik”. Dari pernyataan hasil penelitian tersebut maka diharapkan Phenom Event Indonesia selalu melakukan pengecekan barang secara detail sebelum pelaksanaan event, agar nantinya barang yang digunakan saat event dapat berfungsi dengan baik.
- c Berdasarkan variabel kepuasan konsumen pernyataan yang memiliki nilai rata – rata terendah ada “Konsumen merasa puas saat menggunakan jasa Phenom Event Indonesia”.

Dari pernyataan hasil penelitian tersebut maka diharapkan Phenom Event Indonesia selalu memberikan pelayanan yang baik, serta menyediakan produk dan barang yang berkualitas

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, S. Y., & Rudiansyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Event Indonesia Building Technology Expo 2019 PT Debindo Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 51–67.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arifin, Z. (2012). Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru. Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arismayanti, N. K., Nograho, S., & Sudana, I. P. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Adat Penglipuran Bangli. *PARIWISATA*, 1410, 47.
- Astina, M. A., & Artani, K. T. B. (2017). Dampak perkembangan pariwisata terhadap kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Sanur. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 7(2), 141–146.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Evi Laili Kumrotin, A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe KO.WE.COK Di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Fajri, A., & Kournikofa, D. (2023). Kepercayaan sebagai Pemediasi Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Event Organizer. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 15–21.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 37-44.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principle of Marketing: 10th Edition*. New Jersey: prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-

- commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
- Natoradjo, S. (2011). *Event organizing: Dasar-dasar event management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwadarminto. (1996). *Pengertian Layanan atau Pelayanan*. Kamus Umum Bahasa Indonesia 245.
- Rahayu, S., & Riska. (2019). *Pengembangan Bumi Perkemahan Hulu Dayeuh Sebagai Objek Wisata Alam Di Desa Trijaya Kecamatan Mandirancan Kabupaten Kuningan*. (Doctoral Dissertation, University Siliwangi).
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat, 5(2), 23–34.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*.
- Soegoto, A. S. (2013). *Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Sugiyono, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta