

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *EVENT ORGANIZER*
*CLEOPATRA MANAGEMENT***

Erna Eriana Prihatin

Cleopatra Management Kota Batu

ernacleopatra6969@gmail.com

ABSTRAKSI

Potensi bisnis penyelenggara acara yakni event organizer (EO) terus tumbuh. sebab kebutuhan ragam acara, baik itu bagi organisasi maupun non organisasi makin marak. Kehadiran *event organizer* seringkali dibutuhkan oleh beberapa orang yang berencana menyelenggarakan acara tertentu. Usaha *event organizer* ini berkembang dengan pesat karena meningkatnya ketergantungan masyarakat pada jasa *organizer*. Kehadiran *event organizer* seringkali dibutuhkan oleh beberapa orang yang berencana menyelenggarakan acara tertentu. Acara yang biasanya membutuhkan jasa *event organizer* antara lain seperti acara pernikahan, ulang tahun, *gathering*, *MICE* dan beberapa acara lain.

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling pada berjumlah 67 orang pelanggan sebagai sampel. Hasil penelitian ini menyatakan, antara lain: 1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; 3) *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; 4) Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*.

ABSTRATION

The business potential of event organizers, namely event organizers (EO), continues to grow. because the need for a variety of events, both for organizations and non-organizations, is increasing. The presence of an event organizer is often needed by several people who are planning to organize certain events. This event organizer business is growing rapidly due to the increasing dependence of the community on organizer services. The presence of an event organizer is often needed by several people who are planning to organize certain events. Events that usually require event organizer services include weddings, birthdays, gatherings, MICE and several other events. This research uses a type of research with a quantitative approach. Researchers used nonprobability sampling method with purposive sampling technique on a total of 67 customers as the sample. The results of this study state, among others: 1) Service Quality has no significant effect on Customer Satisfaction; 2) Price has a significant effect on Customer Satisfaction; 3) Personal Selling has a significant effect on Customer Satisfaction; 4) Service Quality, Price, and Personal Selling have a significant effect on Customer Satisfaction at Event Organizer Cleopatra Management.

Keywords: Service Quality, Price, Personal Selling, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Potensi bisnis penyelenggara acara yakni event organizer (EO) terus tumbuh, mengingat potensi keuntungan yang diperoleh dari usaha ini sangat menjanjikan. Pertumbuhan bisnis event organizer di Indonesia mencapai 15% hingga 20% dengan nilai industri melebihi Rp500 triliun. Tahun 2019 telah terdapat sejumlah 40.000 tenaga kerja formal terserap oleh 4000 pebisnis *event organizer*. (Krisnanto Sutrisman, *bisnis.com* 2019). Perkembangan event organizer yang pesat ini dikarenakan adanya ketergantungan masyarakat pada jasa event organizer. Hal ini dikarenakan adanya perubahan perilaku dan aktifitas masyarakat. Tingkat kesibukan masyarakat yang tinggi dengan aktivitas masing-masing, tidak memungkinkan untuk mengurus suatu acara dengan baik dan memerlukan jasa event organizer untuk mengatur dan mengorganisir acara mereka.

Kota Batu menjadi salah satu pilihan destinasi utama pelaksanaan berbagai kegiatan baik berskala nasional maupun internasional. Hal ini tentunya berpengaruh pada pembangunan perekonomian Kota Batu khususnya di sektor pariwisata yang merupakan bagian dari usaha event organizer, yang jumlahnya meningkat setiap tahun.

Tabel 1.1 Data Jumlah Event Organizer di Kota Batu Tahun 2013 sampai dengan 2019

No	Kecamatan	Jumlah						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Batu	16	16	17	19	19	26	32
2	Bumiaji	14	14	14	13	13	19	21
3	Junrejo	5	5	5	7	7	9	10
	Jumlah	35	35	36	39	39	54	63

Sumber Data : Dinas Pariwisata Batu, 2019

Berdasarkan penelitian pendahuluan dengan beberapa perusahaan pariwisata yang ada di Kota Batu tersebut, peneliti memilih salah satu sebagai objek untuk melakukan penelitian yaitu Event Organizer Cleopatra Management yang berlokasi di Kecamatan Bumiaji. Dengan alasan *Event Organizer Cleopatra Management* memiliki legalitas usaha dan sajian yang variatif/multi *kind business service*. Selain itu *Event Organizer Cleopatra Management* mempunyai jumlah pelanggan yang lebih banyak serta memberikan harga yang bisa diterima pelanggan sehingga menjadi pilihan sebagai penyelenggara acara.

Tabel 1.2 Data Pengguna Event Organizer Cleopatra Management Tahun 2014-2019

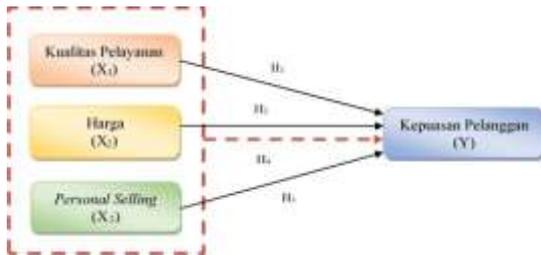
TYPES OF EVENT	TAHUN						TOTAL
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
SPORT	0	0	0	1	3	5	9
CULTURAL	0	0	3	5	20	28	56
ARTS	11	33	8	10	25	31	118
POLITICAL	0	0	12	8	10	7	37
MICE	0	1	20	33	54	76	184
RECREATIONAL	0	0	0	2	5	13	20
SPECIAL	0	0	2	4	14	23	43
PRIVATE	0	5	3	6	8	14	36
JUMLAH	11	39	48	69	139	197	503

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat kita lihat peningkatan jumlah pengguna/customer *Event Organizer Cleopatra Management*. Peningkatan pelanggan *Event Organizer Cleopatra Management* ini menjadi indikator adanya kepuasan pelanggan. Untuk dapat bertahan dengan situasi pasar yang semakin kompetitif, maka perusahaan harus meningkatkan kepuasan pelanggan. Apalagi di masa *New Normal Pandemi Covid-19* ini, Semua lini usaha harus berupaya untuk bertahan dalam kondisi yang harus bangkit dari mati suri. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendapatkan dampak paling besar di masa ini (Wishnutama, 2020). Namun *Event Organizer Cleopatra Management* tetap eksis dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menitikberatkan pada kualitas pelayanan, harga, serta *personal selling* yang menjadi fokus strategi pemasaran *Event Organizer Cleopatra Management*.

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah Apakah: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (2) Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (3) *Personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (4) Kualitas pelayanan, harga, serta *personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*?

METODE PENELITIAN & KERANGKA KONSEP

Penelitian ini menggunakan kerangka konsep penelitian berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

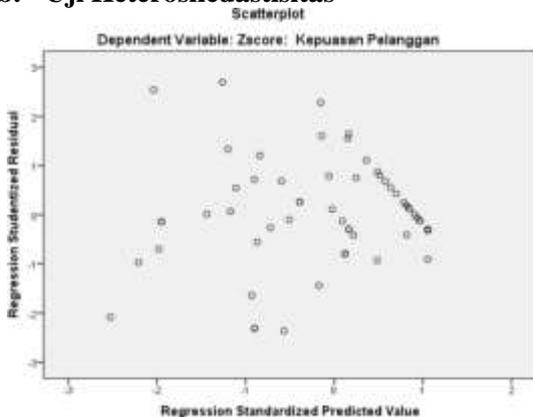
a. Uji Normalitas

Tabel 1.4 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14220498
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.102
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.2 Scatterplot

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 1.5 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.738E+15	834			.000	1.000		
	Zscore Kualitas Pelayanan	.167	.088	.667	1.908	.062	.388	1.262	
	Zscore Harga	.333	.076	.338	4.288	.000	.488	2.048	
	Zscore Personal Selling	.088	.083	.408	1.348	.088	.338	2.938	

Pada tabel tersebut dapat kita lihat perhatikan bahwasanya masing masing variabel

mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10, sedangkan nilai tolerance lebih besar dari 0,100. Ini membuktikan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi korelasi atau asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linier Berganda)

a. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 1.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.811	.802	44550502

- a. Predictors: (Constant), Zscore: Personal Selling, Zscore: Harga, Zscore: Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil tersebut nilai R yaitu 0,900 dan diperoleh nilai koefisien regresi (*R-square*) sebesar 0.811 sehingga dapat dinyatakan bahwa sekitar 81.1% dari total keseluruhan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat sedangkan sisanya 18.9% dipengaruhi variabel bebas yang lain selain variabel yang diteliti disini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 1.7 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.498	3	17.832	88.845	.000 ^b
	Residual	12.504	63	.198		
	Total	66.000	66			

- a. Dependent Variable: Zscore: Kepuasan Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Zscore: Personal Selling, Zscore: Harga, Zscore: Kualitas Pelayanan

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 1.8 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.738E+15	834			.000	1.000		
	Zscore Kualitas Pelayanan	.167	.088	.667	1.908	.062	.388	1.262	
	Zscore Harga	.333	.076	.338	4.288	.000	.488	2.048	
	Zscore Personal Selling	.088	.083	.408	1.348	.088	.338	2.938	

Pembahasan

1. **X₁ Tidak Berpengaruh terhadap Y pada Event Organizer Cleopatra Management.** Hasil menunjukkan baik tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan *Event Organizer Cleopatra Management* tidak akan mempengaruhi kepuasan peanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*. Hal ini disebabkan karena pelanggan telah mendapatkan kepuasan dari *personal*

selling yang diberikan sehingga pelanggan telah merasa nyaman dan percaya kepada *Event Organizer Cleopatra Management*.

2. **X₂ Berpengaruh terhadap Y pada *Event Organizer Cleopatra Management*.** Artinya, harga yang baik yang ditawarkan *Event Organizer Cleopatra Management* akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*. Selain memberikan harga yang murah, *Event Organizer Cleopatra Management* juga memberikan harga yang bisa diterima oleh pelanggan.
3. **X₁ Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Y pada *Event Organizer Cleopatra Management*.** Hasil penelitian ini terbukti bahwa pelanggan cenderung merasa nyaman dan percaya *Event Organizer Cleopatra Management* dengan personal selling yang baik. Jawaban responden atas pernyataan *Tim Event Organizer Cleopatra Management* menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan setelah kegiatan usai mendapatkan nilai tertinggi sesuai dengan nilai nilai yang ditanamkan *Event Organizer Cleopatra Management* untuk menganggap pelanggan sebagai teman atau saudara.
4. **X₁, X₂, dan X₃ Berpengaruh terhadap Y pada *Event Organizer Cleopatra Management*.** Ketiga variabel yang diteliti secara bersamaan mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan *Event Organizer Cleopatra Management*. Meskipun hasil variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

1. Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*.
2. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*.
3. *Personal Selling* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*.
4. Kualitas Pelayanan, Harga, serta *Personal Selling* berpengaruh signifikan pada

Kepuasan Pelanggan pada *Event Organizer Cleopatra Management*.

Saran

1. Bagi pihak *Event Organizer Cleopatra Management*
 - a. Khususnya pihak management beserta karyawan aktif memberikan dan memperbaiki Kualitas Pelayanan yang dirasa kurang terutama dalam hal memberikan perhatian yang personal kepada pelanggan, dalam menggunakan alat komunikasi yang memadai, dan dalam memahami kebutuhan pelanggan agar dapat memberikan pelayanan yang jauh lebih baik pada pelanggan.
 - b. Mempertahankan dan meningkatkan yang sudah baik seperti faktor Harga. *Event Organizer Cleopatra Management* juga harus bisa meyakinkan pelanggan dan menyampaikan secara terbuka akan potongan harga yang diberikan. Dan tentunya berusaha memberikan lebih potongan harga kepada pelanggan.
 - c. Mempertahankan dan meningkatkan *Personal Selling* yang diberikan agar kepuasan pelanggan *Event Organizer Cleopatra Management* lebih baik lagi seperti lebih telaten dalam menggali informasi kepada pelanggan, memberikan katalog, menjelaskan spesifikasi produk, menunjukkan porto polio, dan menerima keberatan pelanggan.
1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Menambah referensi mengenai kepuasan pelanggan khususnya pelanggan jasa *Event Organizer*;
 - b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambah variabel lainnya seperti loyalitas pelanggan, merek, *direct selling*, promosi, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata Kota Batu. 2019. Data Usaha Pariwisata – Biro Perjalanan Wisata https://ppid.batukota.go.id/daftar_informasi/detail/data-usaha-pariwisata_tahun-2019_dinas-pariwisata.
- Krisnanto Sutrisman, bisnis.com 2019 Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini

Wishnutama. 2020. Melalui laman Liputan
6.com
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4>

237527/dunia-pariwisata-diprediksi-tak-
lagi-sama-usai-pandemi-corona-covid-19
(diakses pada tanggal 25 April 2020)