

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di PT Showbitz Mitra Utama Medan

¹Jilan Zhafirah ²Indra Siregar

¹Program Studi MICE, Politeknik Negeri Medan, Kota Medan

² Program Studi MICE, Politeknik Negeri Medan, Kota Medan

E-mail: 1jilanzhaf@gmail.com , 2indrasiregar@polmed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada PT Showbitz Mitra Utama Medan. Populasi penelitian adalah seluruh peserta kegiatan employee gathering PT Pelindo Regional 1 Belawan yang berjumlah 43 orang dan seluruhnya dijadikan sampel. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, yang dibuktikan melalui uji t dengan nilai thitung 2,426 lebih besar dari ttabel 2,021 dan signifikansi $0,02 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,126 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi keputusan penggunaan jasa sebesar 12,6%, sedangkan 87,4% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan keputusan penggunaan jasa oleh klien.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa, Event Organizer

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on service usage decisions at PT Showbitz Mitra Utama Medan. The study population consisted of all 43 participants of the PT Pelindo Regional 1 Belawan employee gathering, all of whom were included in the sample. The study used a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires and analysed using multiple linear regression. The results showed that service quality had a positive and significant effect on service usage decisions, as evidenced by a t-test with a t-value of 2.426 greater than the t-table of 2.021 and a significance of $0.02 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value of 0.126 indicates that service quality influences the decision to use services by 12.6%, while 87.4% is influenced by other factors outside the scope of this study. Thus, improving service quality is an important factor that companies need to consider in order to increase clients' decision to use their services.

Keyword : Service Quality, Decision to Use Services, Event Organizer

1. PENDAHULUAN

Menurut Kusuma (2020: 53), Industri kepariwisataan di Indonesia tentunya tidak terlepas dari mata rantai sektor usaha jasa MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*). Pada era globalisasi dan semakin eksisnya Revolusi Industri 4.0 saat ini terutama didukung dengan kemajuan teknologi, pengetahuan serta persaingan bisnis yang menyebabkan banyaknya diselenggarakan berbagai pertemuan, perundingan baik di skala nasional dan internasional, sehingga prospek industri MICE semakin berkembang.

Menurut Safitri (2024: 15), salah satu komponen utama dalam industri MICE adalah *gathering* atau *meeting*. *Gathering* atau *meeting* merupakan acara di mana sekelompok orang berkumpul untuk berdiskusi, berbagi informasi, dan membuat keputusan bisnis. Pertemuan ini bisa bersifat internal seperti rapat tim atau departemen, dan eksternal seperti pertemuan dengan klien atau mitra bisnis. Lokasi pertemuan bisa bervariasi, mulai dari ruang rapat di kantor hingga hotel atau pusat konvensi yang dilengkapi dengan fasilitas seperti proyektor, sistem *audio-visual*, dan koneksi internet.

Menurut Turnip dan Benazira (2025: 94), kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pemilihan, kualitas memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan,

apalagi dengan perusahaan jasa seperti *event organizer*. Karena perusahaan jasa adalah perusahaan yang menjual produknya berupa pelayanan, maka dari itu dimensi kualitas pelayanan di sini sangat diutamakan.

Salah satu perusahaan yang menjadi objek penelitian dalam skripsi ini adalah PT Showbitz Mitra Utama, sebuah perusahaan *event organizer* (EO) yang berbasis di Medan dan telah beroperasi selama lebih dari 20 tahun dan sudah mengembangkan daerah jangkauan kerja sampai ke beberapa kota atau daerah yang ada di Pulau Sumatera. PT Showbitz Mitra Utama dikenal karena kemampuannya dalam merancang dan mengelola acara dengan profesionalisme tinggi, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi klien dan peserta acara. Sampai saat ini sangat beragam event yang sudah dikelola, sebagian besar adalah *corporate event* berupa *gathering* yang didapatkan secara langsung dari perusahaan/perorangan atau melalui rekan atau partner biro iklan/advertising yang ada di beberapa kota lainnya, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Bali dan beberapa daerah lain di Indonesia.

Dalam 10 tahun terakhir, PT Showbitz Mitra Utama sudah melayani 25 konsumen terhitung dari tahun 2015 sampai 2024 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Daftar Kegiatan PT Pelindo

No.	Nama Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan	Lokasi
1.	<i>Gala Dinner</i> Peluncuran Logo Baru PT Pelindo 1	17 Agustus 2015	Medan
2.	Porseni Pelindo I – IV 2015	1-4 November 2015	Medan
3.	<i>Customer Gathering “Port To Be Part Of Pelindo I”</i>	18-20 September 2015	Manado
4.	Bincang Cantik Bersama Tompi & Debbie	12 Desember 2015	Taipan Restaurant Medan
5.	Buka Puasa Bersama Karyawan	17 Juni 2016	Medan
6.	Penyambutan Kapal Peti Kemas Perdana	5 Agustus 2016	Banda Aceh
7.	BUMN Hadir Untuk Negeri	14 & 17 Agustus 2016	Pekanbaru
8.	Pisah Sambut Dewan Komisaris	28 September 2016	Adimulia Hotel Medan

9.	<i>Groundbreaking New Office PT. Pelindo 1</i>	1 November 2016	Belawan
10.	<i>Workshop SDM & Umum Serta Humas</i>	10-11 November 2016	The Hill Sibolangit
11.	<i>Family Day Direktorat SDM & Humas</i>	12 November 2016	The Hill Sibolangit
12.	<i>HUT Ke-24 (Kantor Pusat PT. Pelindo 1)</i>	1 Desember 2016	Medan
13.	<i>Grand Launching – PT. Prima Husada Cipta Medan</i>	7 Februari 2017	JW Marriott Medan
14.	<i>Pisah Sambut Dewan Komisaris</i>	11 Agustus 2017	Medan
15.	<i>Peletakan Batu Pertama Pembangunan Masjid</i>	15 September 2017	Belawan
16.	<i>Topping Off Ceremony</i>	20 September 2017	Belawan
17.	<i>Employee Gathering – PT. Pelindo Regional I Sosialisasi Safety Riding & Service Sepeda Motor Gratis – PT Pelindo</i>	14-15 Juli 2023	Pamah View Langkat
18.	<i>Semarak HUT Ke-78 RI - PT Pelindo Regional I & Pt Pelindo Multi Terminal</i>	10 Agustus 2023	Area Parkir Graha Pelindo
19.	<i>Persatuan Istri Pegawai (PIP) – PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Group</i>	17-18 Agustus 2023	PT Pelindo Regional I Belawan
20.	<i>Forum Humas 2024 Pelindo Regional 1</i>	29 September - 1 Oktober 2023	Medan – Samosir
21.	<i>Signing Ceremony – Pelindo & Kajati Kepri</i>	4-5 Juli 2024	Hotel Santika Dyandra Medan
22.	<i>Semarak HUT RI Ke 79 – PT Pelindo Regional I & PT Pelindo Multi Terminal</i>	30 Juli 2024	JW Marriot Batam
23.	<i>Penetapan Standar Kinerja Pelayanan Operasional Pada Pelabuhan Belawan Tahun 2025 – PT Pelindo</i>	13-17 Agustus 2024	PT Pelindo Regional I Belawan
24.	<i>Penyambutan Kapal Pesiar MV. Star Voyater di Port of Kuala Tanjung</i>	13-14 Desember 2024	Grand City Hall
25.	<i>Penyambutan Kapal Pesiar MV. Star Voyater di Port of Kuala Tanjung</i>	29 Mei 2025 & 1,4,7,10 Juni 2025	Pelabuhan Pelindo Kuala Tanjung
26.	<i>Penyambutan Kapal Pesiar MV. Star Voyater di Port of Kuala Tanjung</i>	10,17,24,31 Januari & 7 Februari 2026	Pelabuhan Pelindo Kuala Tanjung

Sumber : Instagram PT Showbitz Mitra Utama

Berdasarkan data yang disajikan oleh tabel 1, PT Showbitz Mitra Utama sudah menjalin hubungan baik sebagai klien terhitung sejak tahun 2015, PT Pelindo menggunakan kembali jasa PT Showbitz Mitra Utama untuk menyelenggarakan kegiatan perusahaan. Salah satu langkah yang diambil oleh perusahaan yaitu menawarkan harga yang kompetitif. PT Showbitz Mitra Utama menawarkan diskon khusus dan paket harga yang lebih fleksibel untuk menarik kembali klien yang mungkin ragu untuk mengadakan acara dalam kondisi ekonomi yang tidak pasti. Langkah kedua yang dilakukan perusahaan yaitu promosi yang intensif. Perusahaan meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai saluran pemasaran digital, termasuk media sosial, email marketing, dan kampanye iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun kembali kepercayaan klien. Berdasarkan informasi internal, PT Pelindo pernah mempertimbangkan untuk mengganti penyedia jasa EO pada tahun berikutnya setelah mengevaluasi hasil pelaksanaan acara sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman klien menjadi faktor kunci dalam membentuk keputusan untuk tetap menggunakan jasa yang sama.

Salah satu contoh konkret adalah pelaksanaan *employee gathering* PT Pelindo Regional I Belawan. Meskipun beberapa peserta memberikan penilaian positif terhadap susunan acara dan interaksi selama kegiatan, sebagian lainnya menyampaikan ketidakpuasan atas keterlambatan dalam *rundown*, keterbatasan fasilitas, dan kurangnya inovasi dalam penyajian *visual*.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan
Sumber : Instagram PT Showbitz Mitra

PT Showbitz Mitra Utama Medan memiliki pengalaman dalam mengelola berbagai acara besar, termasuk kegiatan *employee gathering* PT Pelindo Regional I Belawan. Namun, untuk mempertahankan daya saing di tengah kompetisi yang semakin kompleks, perusahaan harus terus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Fenomena ini memperkuat perlunya evaluasi menyeluruh terhadap implementasi kualitas pelayanan yang diberikan EO dalam konteks dunia kerja

profesional. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang profesional. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan *event organizer* untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada klien serta dapat menjadi lebih kreatif serta inovatif seiring dengan perkembangan *digital* di masa yang akan datang.

2. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Anugrah dan Sudarmayasa (2020:61), kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Chandra (2020: 60) dalam buku yang berjudul "*Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*", pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Menurut Lupiyoadi dalam Indrasari (2019: 63), *service quality* adalah seberapa jatuh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut Silitonga (2025: 332) dalam artikelnya menyebutkan bahwa keputusan pembelian atau penggunaan jasa merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Menurut Alma dalam Daeng dkk (2023: 611) keputusan penggunaan jasa adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul pada jasa *barbershop* apa yang akan dipilih.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Pelindo Regional I Belawan, yang menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan *Employee Gathering* oleh PT Showbitz Mitra Utama sebagai penyedia jasa *event organizer*. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan April hingga Juli 2025. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisisioner dan studi pustaka. Populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap PT Pelindo Regional 1 Belawan yang menjadi peserta kegiatan *Employee Gathering* yang diselenggarakan oleh PT Showbitz Mitra Utama Medan. Menurut Sugiyono dalam Safitri (2024: 31) penelitian yang dilakukan pada populasi di bawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel semua sebagai subjek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi. Maka

sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah klien yang mengikuti kegiatan *employee gathering* PT Pelindo pada tahun 2023 dengan jumlah 43 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan aplikasi *Statistical Package for*

the Social Sciences (SPSS) versi terbaru. Dalam pengujian data peneliti menggunakan teknik analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	KP.1	0,532	0,297	Valid
	KP.2	0,569	0,297	Valid
	KP.3	0,565	0,297	Valid
	KP.4	0,464	0,297	Valid
	KP.5	0,532	0,297	Valid
	KP.6	0,526	0,297	Valid
	KP.7	0,487	0,297	Valid
	KP.8	0,513	0,297	Valid
	KP.9	0,450	0,297	Valid
	KP.10	0,530	0,297	Valid
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	KPJ.1	0,466	0,297	Valid
	KPJ.2	0,545	0,297	Valid
	KPJ.3	0,497	0,297	Valid
	KPJ.4	0,630	0,297	Valid
	KPJ.5	0,402	0,297	Valid
	KPJ.6	0,528	0,297	Valid
	KPJ.7	0,641	0,297	Valid
	KPJ.8	0,364	0,297	Valid
	KPJ.9	0,356	0,297	Valid
	KPJ.10	0,312	0,297	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (a)	Jumlah pernyataan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,689	10	Reliabel
Keputusan Penggunaan Jasa (Y)	0,617	10	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Pada tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha (a)* > 0,60

sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan dari masing masing variabel adalah reliabel atau dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

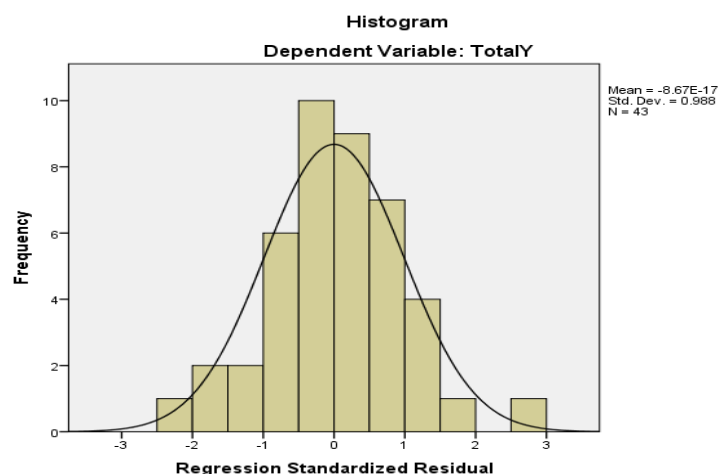
		Standardized Predicted Value
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.0000000
	Absolute	.156
Most Extreme Differences	Positive	.105
	Negative	-.156
Kolmogorov-Smirnov Z		1.025
Asymp. Sig. (2-tailed)		.244

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Sig (2-tailed)* sebesar $0,244 > 0,05$. Oleh sebab itu H_0 tidak dapat ditolak. Hal itu berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat juga dari grafik histogram yang ada dibawah ini:

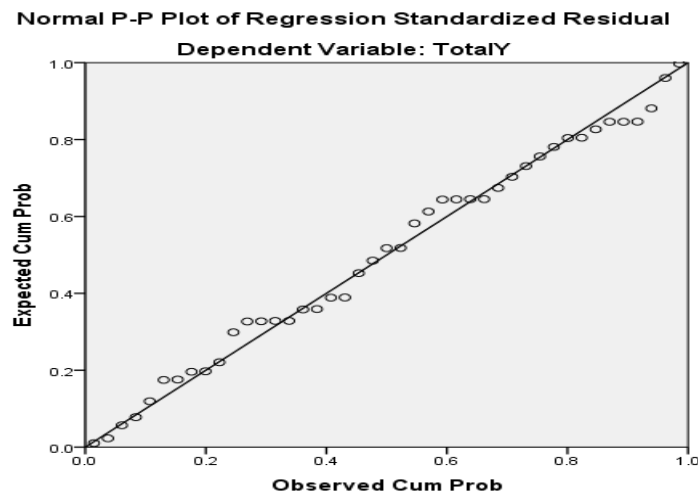


Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tampilan histogram terlihat bahwa kurva *dependent* dan *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng. Oleh

karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun sedikit terdapat kemiringan.

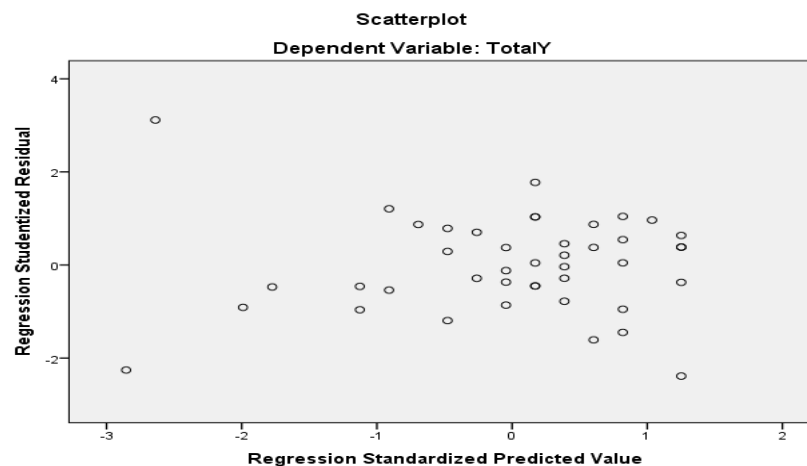


Gambar 3. Grafik Normal Probability Plot
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tampilan *Normal P-Plot Regression Standardized* terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji

normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun terdapat sedikit plot yang menyimpang dari garis diagonal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Hasil Data Pengolahan SPSS, 2025

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan analisis *output Scatterplot* terlihat bahwa *plot* menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Standardized Residual*.

Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan Analisa grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant	25.564	5.392		4.741	.000
1) TotalX	.331	.137	.354	2.426	.020

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$y = 0,331 X + 25,564$$

Dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 25,564

Nilai konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan diasumsikan tidak ada (nol), maka nilai Keputusan Penggunaan Jasa adalah sebesar 25,564.

2. Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (X) = 0.331

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan variabel Keputusan Penggunaan Jasa sebesar 0.331, dengan asumsi bahwa variabel

lainnya bersifat konstan. Nilai signifikansi sebesar 0.02 (< 0.05) mengindikasikan bahwa secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka semakin besar kecenderungan klien untuk mengambil keputusan menggunakan kembali jasa tersebut.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan bahwa, variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa, dan berkontribusi positif dalam meningkatkan kecenderungan klien untuk menggunakan jasa perusahaan.

Uji Hipotesis**Uji Signifikansi Parsial (Uji t)****Tabel 6.** Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant	25.564	5.392		4.741	.000
1) TotalX	.331	.137	.354	2.426	.020

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh data bahwasannya nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 2,426 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,021 dan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,02 lebih kecil dari nilai signifikansi

0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.354 ^a	.126	.104	4.09596

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,126 atau 12,6% dengan pembulatan nominal yang berarti hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) sebesar

12,6%. Sedangkan sisanya 87,4% dijelaskan oleh berbagai faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, hal ini dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti, loyalitas pelanggan, fitur layanan, harga layanan, kepuasan client dan lain-lain.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa dimensi dari kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Adapun pengaruh dari dimensi keputusan penggunaan jasa terhadap keputusan penggunaan jasa sebagai berikut:

1. Pada dimensi pertama, diketahui bahwa frekuensi jawaban responden yang memilih Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 orang dengan persentase 44,2%, yang memilih Setuju (S) sebanyak 17 orang dengan persentase 39,5%, Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible* (bukti fisik) telah dinilai baik oleh peserta. Fasilitas yang memadai dan perlengkapan acara yang sesuai kebutuhan memberikan kesan profesional sehingga mampu meningkatkan persepsi kualitas pelayanan, selain itu, tampilan visual yang rapi dan tertata juga turut menciptakan kenyamanan bagi peserta selama mengikuti acara.

2. Pada dimensi kedua, diketahui bahwa frekuensi jawaban responden yang memilih Sangat Setuju (SS) sebanyak 13 orang dengan persentase 30,2%, yang memilih Setuju (S) sebanyak 20 orang dengan persentase 46,5%, Pada indikator terkait ketepatan waktu pelaksanaan kegiatan (*reliability*), hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum pelaksanaan acara berjalan baik, masih terdapat beberapa aspek teknis seperti keterlambatan *rundown* yang perlu diperbaiki agar konsistensi pelayanan semakin optimal, tetapi keterlambatan *rundown* dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu, jika pelaksanaan acara di *venue indoor* yang sering terjadi adalah menunggu tamu seperti jajaran direksi maupun *general manager*, tetapi jika *venue outdoor* permasalahan yang kerap muncul adalah cuaca, seperti hujan angin, beberapa factor ini menyebabkan keterlambatan pada *rundown* yang sudah ditetapkan.
3. Pada dimensi ketiga, diketahui bahwa frekuensi jawaban responden

yang memilih Sangat Setuju (SS) sebanyak 20 orang dengan persentase 46,5%, yang memilih Setuju (S) sebanyak 16 orang dengan persentase 37,2%, pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap), mayoritas responden menyatakan setuju bahwa panitia atau tim event organizer tanggap dalam membantu peserta ketika menghadapi kendala selama kegiatan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan tim dalam merespons kebutuhan peserta telah berjalan dengan baik dan memberikan pengalaman positif selama acara. Salah satu contoh yang dapat penulis ambil adalah pada kegiatan *employee gathering* Pelindo di Pamah Simelir, kendala dalam pelaksanaan acara di Pamah Simelir adalah keterbatasan akses jaringan internet. Tidak tersedianya jaringan seluler di lokasi menyebabkan tamu tidak dapat mengakses internet secara bebas. Meskipun pihak penginapan menyediakan fasilitas WiFi, penggunaannya dikenakan biaya sehingga hal ini berpotensi memengaruhi kenyamanan dan kepuasan tamu.

4. Pada dimensi keempat, diketahui bahwa frekuensi jawaban responden yang memilih Sangat Setuju (SS) sebanyak 14 orang dengan persentase 32,6%, yang memilih Setuju (S) sebanyak 21 orang dengan persentase 48,8%, pada dimensi *empathy* (perhatian), sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pihak penyelenggara memberikan perhatian dan pelayanan yang ramah kepada peserta. Sikap komunikatif dan pendekatan yang baik dari tim pelaksana turut memperkuat persepsi kualitas pelayanan. Dalam hal penulis mendapat tantangan baru bahwa seluruh *crew* diwajibkan untuk lebih mengeksplorasi potensi diri dalam memberikan pelayanan yang optimal. *Crew* diharapkan

mampu menunjukkan sikap membantu kebutuhan peserta, memberikan informasi secara jelas, serta tanggap terhadap setiap kendala yang muncul di lapangan. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya tercermin dari kelancaran pelaksanaan acara, tetapi juga dari pengalaman positif yang dirasakan langsung oleh peserta selama mengikuti kegiatan.

5. Pada dimensi kelima, diketahui bahwa frekuensi jawaban responden yang memilih Sangat Setuju (SS) sebanyak 13 orang dengan persentase 30,2%, yang memilih Setuju (S) sebanyak 21 orang dengan persentase 49,8% , Pada dimensi *assurance* (jaminan), responden juga menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi terhadap profesionalisme dan kemampuan tim dalam mengelola acara. Kepercayaan peserta terhadap penyelenggara menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan penggunaan jasa. kepercayaan peserta terhadap penyelenggara menjadi faktor yang sangat penting, karena rasa percaya tersebut akan memengaruhi persepsi kualitas pelayanan secara keseluruhan. Apabila peserta merasa yakin terhadap kemampuan dan tanggung jawab tim pelaksana, maka hal tersebut akan memperkuat keputusan mereka dalam menggunakan jasa penyelenggara acara di masa mendatang.

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini pihak penyelenggara tidak hanya melihat dari satu indikator saja, melainkan secara menyeluruh dari seluruh dimensi yang saling berkaitan. Peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten pada setiap dimensi akan memberikan dampak positif terhadap keputusan penggunaan jasa, serta memperkuat kepercayaan dan kepuasan peserta terhadap penyelenggara acara.

Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis t dimana nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 2,426 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,021 dan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,02 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Penggunaan Jasa (Y). Kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi kepuasan klien, tetapi juga berdampak langsung terhadap keputusan penggunaan jasa. Dalam industri jasa, kualitas merupakan tolak ukur utama yang dipertimbangkan klien dalam memilih penyedia layanan. Penelitian sebelumnya oleh (Wuysang dkk, 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan kembali jasa.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap seluruh data penelitian tentang dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *realibility*, terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Showbitz Mitra Utama Medan yaitu:

1. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Showbitz Mitra Utama Medan, maka semakin tinggi tingkat keputusan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.
2. Dimensi *tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Fasilitas yang memadai, perlengkapan acara yang lengkap, serta tampilan yang profesional mampu memberikan kesan yang baik kepada peserta sehingga tampilan visual yang rapi dan tertata juga turut menciptakan kenyamanan meningkatkan keyakinan dalam menggunakan jasa perusahaan.
3. Dimensi *reliability* (keandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.
4. Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Ketanggapan tim dalam membantu peserta dan memberikan solusi atas kendala yang terjadi selama kegiatan berlangsung memberikan pengalaman positif yang memperkuat keputusan penggunaan jasa.
5. Dimensi *empathy* (perhatian) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Sikap ramah, komunikatif, serta perhatian yang diberikan oleh crew kepada peserta mampu menciptakan kenyamanan dan kedekatan emosional, sehingga meningkatkan persepsi kualitas pelayanan.
6. Dimensi *assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Profesionalisme, kemampuan, serta sikap yang mampu menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada peserta menjadi faktor penting dalam

memperkuat keputusan konsumen untuk menggunakan Kembali jasa PT

Showbitz Mitra Utama Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Iba, D. Z., & Wardhana, A. (2023). Populasi Dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
http://Sciotea.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestar
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran). In *Cv Budi Utama*.
https://Www.Academia.Edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsumen_Makalah_Perilaku_Konsumen
- Chandra, D. T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behaviour in The Digital Era 4.0. In Mahir Pradana (Ed.), *CV. Eureka Media Aksara* (Vol. 3, Issue 1).
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Afiyanti, S. N., Syaifulloh, M., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 61–75.
- <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1825>
- Amri, F., & Pinaraswati, S. O. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Reputasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Wedding And Event Organizer Di Surabaya. 10(2), 103–113.
- Aprinniza, S., Junaidi Sagir, & Lalu M. Furkan. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Jaanur Kuning Lombok. *Jurnal Manajemen Risiko Dan Keuangan Syariah*.
<https://Jurnal.Institutsunandoe.Ac.Id/Index.Php/Jmrks>
- Daeng, C. R. N., Rogahang, J., & Walangpitan, O. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Transportasi Online Maxim Bike pada Mahasiswa Fispol Unsrat. *Productivity*, 4(5), 608–615.
- Gulo, J. S. P., & Ritonga, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Event Pengukuhan Dan Pelantikan Pengurus Dpd Apersi Sumut (Studi Kasus Cv 19promosindo Event Organizer Medan). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22589–22602.
- Kusuma, C. S. D. (2020). Mice- Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia.
<https://Doi.Org/10.21831/Efisiensi.V16i2.27420>
- Khotimah, W., & Sari, D. C. (2025). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jassa CV Muda Art Project Event Organizer. *Abdimas Indonesian Journal*, 5(1), 437–454.

- <https://doi.org/10.59525/aij.v5i1.684>.
- Merari, L., Surbakti, T., Napitupulu, R., & Lumban Gaol, J. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Event Organizer Cv. Fwp Ideas Medan. *Jurnal Creative Agung*, 13(1), 114–121.
- Ningsih, B. W., Suharsono, J., & Junaidi. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Shafira Tour & Travel Umroh Dan Haji Plus Cabang Probolinggo. *Journal Management, Accounting, And Digital Business*, 2(5), 741–750..
- Nella Anggreini, Tarigan, J. S., & Wardani, A. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv. Anugerah Mestika Abadi Event Organizer. *Abdimas Indonesian Journal*, 4(2), 351–358. <https://doi.org/10.59525/Aij.V4i2.462>.
- Prihatin, E. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Event Organizer Cleopatra Management. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2, 43–47.
- Fathurohman, E. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Star Enterprise (Wedding Organizer). *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 8281–8290.
- Wuysang, J., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Royal Wedding Organizer Manado. *Productivity*, 3(4), 304–308.
- Sahroma, K. S. P., & Anasrulloh, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 1(2), 57–62. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v1i2.16670>
- Siti Nurzanah Afiyanti, Muhammad Syaifulloh, & Indah Dewi Mulyani. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 61–75. <https://doi.org/10.55606/Mri.V1i4.1825>.
- Sya'fiatul, M. (2020). *Jasa Dan Klasifikasinya*. 11(1), 1–10. http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-Bene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari.
- Wuysang, J., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Royal Wedding Organizer Manado. *Productivity*, 3(4), 304–308.
- Silitonga, G., & Saputra, H. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Barbershop Sir Salon Cabang Haji Adam Malik Medan. *Jurnal Arastirma*, 5(1), 330–338.

Turnip, H. H. F., & Benazira, A. (2025). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Event Organizer Pt Genindo Pro Indonesia. *Abdimas Indonesian Journal*, 5(1), 93–112.

<https://doi.org/10.59525/Aij.V5i1.584>

Safitri, S. N. (2024). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gathering Planner Di Pt Showbitz Mitra Utama*.

[File:///C:/Users/Asus/Downloads/Skripsi Silvi Nur Safitri 2005121028.Pdf](File:///C:/Users/Asus/Downloads/Skripsi%20Silvi%20Nur%20Safitri%2005121028.Pdf)

Meidita, T. (2022) *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Wedding Planner Cv Showbitz Mitra Andalan Medan*. [File:///C:/Users/Asus/Downloads/Skripsi%20tesa%20rev%2009%20ag%20\(1\).Pdf](File:///C:/Users/Asus/Downloads/Skripsi%20tesa%20rev%2009%20ag%20(1).Pdf)

