

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan bisnis *event organizer* di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan dengan laju peningkatan sebesar 15-20% per tahunnya. Pada tahun 2019 tercatat sekitar 40.000 tenaga kerja formal terserap oleh 4000 pelaku usaha *event organizer* (Krisnanto, bisnis.com 2019). Pada tahun 2022, 7 dari 12 komunitas tercatat memiliki nilai ekonomi di sektor *event* mencapai Rp34,5 – 164,4 triliun dengan sejumlah *event* mencapai 1.725 – 2.950 per tahun (Iman, suara.com 2024). Artinya, perkembangan bisnis ini dipengaruhi karena adanya ketergantungan masyarakat kepada layanan *event organizer*.

Event organizer (EO) adalah pemberi layanan profesional yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan berbagai jenis acara (Sulaksana 2020). EO berfungsi untuk membantu klien dalam menyelenggarakan acara mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan, termasuk dalam hal pengaturan anggaran, pemilihan lokasi, dan koordinasi semua aspek yang terlibat dalam acara tersebut.

Salah satu jenis *event* yang kini memperoleh banyak perhatian di Indonesia yaitu *event* musik dan hiburan. Di Indonesia, *event* jenis ini sering kali dibanjiri oleh para pengunjung. Sejak tahun 2015, berbagai festival musik telah diselenggarakan oleh perusahaan dan organisasi yang lebih kecil. Selain itu, musik yang ditampilkan juga memiliki jenis yang beragam seperti musik jazz, musik daerah, serta musik pop baik dari dalam maupun luar negeri, dan yang menjadi tren di seluruh dunia adalah musik *K-Pop* (Allysa dkk., 2022).

Laporan yang diterbitkan *Twitter* pada 26 Januari 2022 dan merujuk pada *unique authors*, Indonesia merupakan negara dengan komunitas *fans K-Pop* terbanyak secara global pada tahun 2021 (*goodstats.id* 2022). Indonesia turut dikenal mempunyai *fanbase* yang besar dan sangat setia dalam dunia *K-pop*, dimana mereka rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli tiket konser atau tiket *event K-Pop*, rilisan album, *merchandise*, *voting*, serta produk yang diiklankan oleh artis kesukaan mereka. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai ‘pasar’ yang

berpotensi dalam mengadakan berbagai *event K-Pop* seperti konser, festival budaya Korea, *fan meeting*, dan lainnya baik dalam cakupan kecil maupun besar (egsa.geo.ugm.id 2022).

Salah satu *event K-Pop* terbesar di Indonesia yang sukses dihadiri lebih dari 15.000 *K-Wave Community* adalah *FESTIVIBES 2022 REWIND* di Jakarta yang diselenggarakan oleh *KVIBES*, yang merupakan komunitas terbesar *K-Pop* di Indonesia yang telah didirikan sejak tahun 2011 silam (mediaindonesia.com 2022). *Event K-Pop* terbesar ini juga sukses di gelar di Medan pada 6-7 Mei 2023 lalu yang dimeriahkan lebih dari 20.000 komunitas *K-Pop* secara *online* dan *offline* di Gelanggang Mahasiswa Universitas Sumatera Utara (kvibes.id 2023).

Pada sebuah *event Kpop*, terdapat berbagai kegiatan yang dapat dinikmati dan diikuti oleh pengunjung, yakni penampilan *live* dari grup bintang tamu lokal terkenal, kompetisi *cover dance* yang menampilkan bakat-bakat lokal, *booth merchandise* yang menjual barang-barang perintilan *K-Pop*, sesi *noraebang* (karaoke bersama), *random play dance*, merayakan ulang tahun idola bersama para penggemar, proyek menonton bioskop bersama *film* dokumenter idola, mengenang kematian idola, bermain *games*, *cosplay idol*, dan kompetisi bernyanyi. Selain itu, ada juga zona foto untuk pengunjung dengan latar belakang bertema *K-Pop* yang ikonik, area makanan dan minuman yang menyajikan makanan bertema Korea ataupun lokal, serta aktivitas interaktif lainnya yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Hal ini tergantung pada kreativitas dan inovasi dari *event organizer* yang mengatur acara tersebut (Allysa dkk., 2022).

Semakin maraknya bisnis *event organizer* ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat diantara kompetitor sejenis. Perusahaan dituntut untuk memiliki sensitivitas tinggi terhadap kebutuhan pengunjung dengan menyelenggarakan acara yang unggul dan memiliki keunikan dibandingkan kompetitor. Dari banyaknya *event organizer K-Pop* di Kota Medan, peneliti memilih *We &nd Dream* sebagai objek dalam penelitian ini dengan alasan penyedia jasa ini cukup rutin menyelenggarakan *event K-Pop* sejak tahun 2021 dan juga siap menampung evaluasi dan masukan dari para pengunjung.

We & Dream merupakan salah satu *event organizer K-Pop* aktif yang rutin menyelenggarakan ataupun mengatur berbagai *event K-Pop* di Kota Medan. Penyedia jasa ini memiliki kantor yang berada di Jalan Annur, Perumahan Citra Mandiri Blok B No.1, Kec. Tanjung Morawa. Yang dimaksud dengan *event organizer K-Pop* adalah jenis penyedia jasa yang bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengatur sebuah acara khusus yang berbau musik pop asal Korea Selatan saja dan budayanya. Meskipun baru aktif 4 tahun dalam bidang jasa pengelola *event*, namun sudah berhasil mengelola dan menyelenggarakan puluhan *event*. Penyedia jasa ini bahkan mendapat tawaran dari manajemen *Manhattan Times Square* untuk menjalin kerja sama, di mana mereka sebagai sponsor akan menyediakan lokasi bagi *We & Dream* untuk menyelenggarakan acara.

Keunikan dari setiap *event K-Pop* yang diselenggarakan oleh *We & Dream* yang membuat mereka berbeda dari penyedia jasa lain terletak pada kreativitas dan keberagaman kegiatan dalam satu acara. Pemimpin dari penyedia jasa ini menjelaskan bahwa mereka memang sengaja menonjolkan keunikan tersebut untuk menarik perhatian pengunjung sehingga acara mereka ramai dikunjungi. Salah satu ciri khas dari keunikan mereka adalah adanya kompetisi *Random Play Dance* individu. Biasanya kegiatan *Random Play Dance* (menari dengan lagu diputar secara acak) dilaksanakan di pertengahan atau akhir acara hanya untuk seru-seruan dengan pengunjung saja. Namun, *We & Dream* membuat inovasi dengan menjadikannya sebagai ajang kompetisi yang mendapat antusias dari para pengunjung. Selain itu, *special dance performance* dari grup *We & Dream* juga sangat ikonik dan dinanti-nantikan oleh para pengunjung. Karena selain sebagai penyedia jasa, *We & Dream* juga merupakan grup *K-Pop dance cover* yang memiliki banyak penggemar di Kota Medan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemimpin *We & Dream Event Organizer*, ditemukan bahwa jumlah pengunjung *event* yang diselenggarakan oleh mereka mengalami fluktuasi. Berikut ini adalah data jumlah penjualan tiket *event K-Pop* oleh *We & Dream* dari tahun 2023-2024.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tiket Event K-Pop oleh We & Dream Tahun 2023-2024

Nama Event	Waktu	Jumlah Penjualan Tiket
<i>K-Pop Sarang Day Competition (Manhattan Times Square)</i>	19 Februari 2023	225
<i>K-Pop Dance Party (DeliPark Mall)</i>	28 Mei 2023	278
<i>K-Pop Dance Party Vol.02 (DeliPark Mall)</i>	11 Agustus 2023	343
<i>We & Dream K-Pop Competition Vol.2 X ICHITAN (Ringroad City Walk)</i>	27 Agustus 2023	246
<i>15th Cambridge Vaganza K-Pop Competition 2023 (Cambridge Hotel Level 26)</i>	17 September 2023	300
<i>K-Pop Dance Party Vol.3 (Manhattan Urban Market)</i>	01 Oktober 2023	305
<i>Hari H: Harinya Hyundai K-Pop Dance Competition (Parking Area Plaza Medan Fair)</i>	7-8 Oktober 2023	299
<i>K-Pop Dance Cover Competition (PrimeOne School South Building)</i>	11 November 2023	210
<i>Median K-Pop Dance Party Vol.4 (Median Cafe)</i>	25 November 2023	199
<i>K-Pop Dance Party Vol.5 with Loka Event (Sun Plaza Medan)</i>	09 Desember 2023	502
<i>Chinese New Year Celebration: K-Pop Dance Party Vol.6 (Thamrin Plaza)</i>	17 Februari 2024	449
<i>K-Pop Around Us (Sun Plaza Medan)</i>	24-25 Februari 2024	289
<i>Infinix Gaming Master S4 Medan: K-Pop Dance Competition (Manhattan Times Square)</i>	13 Mei 2024	211

Sumber: We & Dream 2023-2024 yang diolah sendiri oleh peneliti

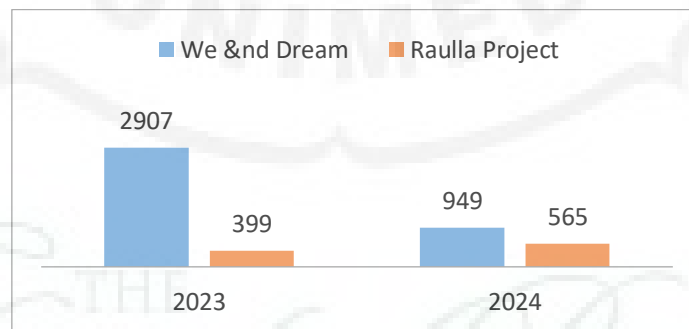
Merujuk pada data dalam tabel, terlihat bahwa jumlah pengunjung berdasarkan penjualan tiket mengalami fluktuasi pada setiap *event* namun cenderung mengalami penurunan. Jumlah pengunjung meningkat hanya pada *event* tertentu dan yang paling menonjol terlihat pada 3 *event* yakni *K-Pop Dance Party Vol.5 with Loka Event* sebanyak 502 pengunjung, *Chinese New Year Celebration: K-Pop Dance Party Vol.6* sebanyak 449 pengunjung, dan *K-Pop Dance Party Vol.2* sebanyak 343 pengunjung. Sedangkan *event* lainnya hanya rata-rata berjumlah 250 pengunjung.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Tiket Event K-Pop oleh Raulla Project Tahun 2023-2024

Nama Event	Waktu	Jumlah Penjualan Tiket
<i>Hybe Rewind Noraebang Party (Kopi Chuseyo)</i>	21 Januari 2023	89
<i>JYPNation (Kopi Chuseyo)</i>	18 Mei 2023	92
<i>SM Noraebang Party (D'Hops The Baristro)</i>	13 Agustus 2023	105
<i>YG Noraebang Party (Haban Coffee And Space)</i>	21 Oktober 2023	113
<i>K-Pop Rewind Party (L'Tropico by Haban)</i>	21 Januari 2024	184
<i>K-Pop Songkran Party (Dimigo Pool Resto & Bar)</i>	03 Maret 2024	188
<i>K-Pop Songkran Party Vol.2 (Dimigo Pool Resto & Bar)</i>	09 Juni 2024	193

Sumber: Raulla Project 2023-2024 yang diolah sendiri oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, jumlah *event* yang dikelola oleh *Event Organizer Raulla Project* lebih sedikit dibandingkan dengan *We &nd Dream*. Dimana pada tahun 2023 tiket hanya terjual sebanyak 399 tiket dan pada tahun 2024 hanya terjual sebanyak 565 tiket. Berikut merupakan grafik perbandingan penjualan tiket antara *We &nd Dream* dan *Raulla Project*:



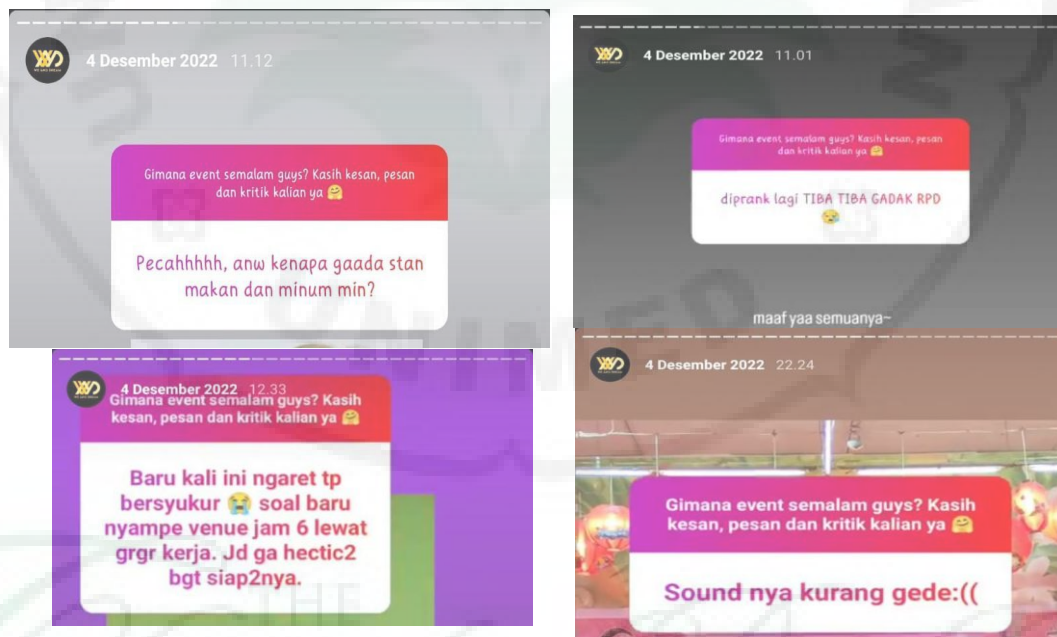
Sumber: Dikelola oleh Peneliti

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan antara We &nd Dream dan Raulla Project

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat ada perbandingan yang sangat signifikan antara jumlah penjualan tiket *We &nd Dream* dan *Raulla Project*. Dimana perbandingan jumlah penjualan tiket *We &nd Dream* lebih unggul dibandingkan dengan *Raulla Project*. Terdapat selisih 5.208 tiket pada tahun 2023 dan 384 tiket pada tahun 2024. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk

menetapkan *We &nd Dream* menjadi objek penelitian.

Sebuah acara akan dinilai berhasil tidak hanya dilihat dari banyaknya pengunjung tetapi juga dari tingkat kepuasan pengunjung yang hadir (Allysa dkk., 2022). Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa pengunjung *event* terakhir pada 13 Mei 2024, 8 dari 10 pengunjung merasa kurang puas dengan keluhan pemilihan lokasi terlalu jauh, acara dimulai tidak tepat waktu, ketidaksesuaian *rundown*, beberapa panitia acara terlihat jutek saat ditanyai, tidak tersedia kursi bagi pengunjung untuk duduk, tidak ada *tenant* makanan & minuman, dan permasalahan *sound system*. Untuk memperkuat permasalahan kepuasan pengunjung dalam penelitian ini, bisa dilihat dari kotak kritik dan saran lewat sosial media *instagram We &nd Dream* seperti berikut:



Sumber: Instagram *We &nd Dream*

Gambar 1.2 *Question Box Instagram @we.nd.dream 2022*

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, terlihat adanya keluhan dari pengunjung tentang acara yang berlangsung pada tahun 2022. Keluhan tersebut jenisnya hampir sama dengan keluhan dari pengunjung acara terbaru mereka di bulan Mei lalu. Artinya, permasalahan terkait kepuasan pengunjung pada *Event Organizer* ini masih berlanjut pada aspek kualitas pelayanan dan fasilitas. Ketika layanan dan fasilitas yang tersedia sesuai pada harapan pengunjung, maka pengunjung mencapai titik kepuasan (Maulida dkk., 2020).

Kualitas pelayanan menurut Rahman (2018) merupakan ciri dan karakter suatu layanan dalam hal kemampuannya dalam pemenuhan segala persyaratan yang sudah ditetapkan. *We & Dream* rutin dalam menyelenggarakan *event* dan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pengunjung dengan menyediakan grup *Whatsapp* untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, *question box* di *Instagram* agar pengunjung dapat memberi *request* terkait acara baik dari lagu, *tenant*, bintang tamu, *games*, dan lain sebagainya. Namun kenyataannya di lapangan berdasarkan wawancara langsung dengan 10 pengunjung, mereka mengeluh tentang *rundown* yang telah disebar kepada pengunjung sering kali tidak sesuai, seperti ketidaktepatan waktu, adanya kegiatan yang tidak terlaksana, dan sikap dari beberapa panitia yang kurang ramah dalam melayani pengunjung.

Pelayanan yang baik sangat berperan dalam menentukan kepuasan pengunjung. Dapat dibuktikan dalam temuan studi Allysa dkk., (2022) serta Juni dkk., (2023) yang menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Akan tetapi, studi ini tidak sama seperti temuan studi oleh Erna Eriana (2021) yang menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dalam menyelenggarakan sebuah *event*, *We & Dream* menyediakan fasilitas bagi pengunjung seperti pemilihan lokasi yang memiliki *space* luas, nyaman dan memiliki fasilitas umum yang memadai seperti lahan parkir luas dan kamar mandi. Mereka juga menyediakan *booth* sesuai jenisnya baik untuk berfoto, berbelanja *merchandise*, kuliner ataupun produk lainnya. Fasilitas lain

seperti panggung, kursi, *sound system*, dan *lighting* juga disediakan demi keberlangsungan acara dan kenyamanan pengunjung. Pada setiap *event* yang diselenggarakan, pengunjung yang hadir lebih cepat dengan jumlah tertentu, biasanya mendapat *freebies* (hadiah tambahan) dari *We &nd Dream* yang biasanya merupakan perintilan *K-Pop* seperti gantungan kunci, *photocard* idola, kipas kertas gambar idola dan *snack*. Semua fasilitas seperti lokasi, set panggung, kursi, *lighting*, *sound system*, dan sejenisnya biasanya disewa oleh *We &nd Dream* dari pihak tertentu. Sedangkan *freebies* biasanya diperoleh dari kerja sama dengan pihak sponsor. Penyedia jasa ini tidak jarang menyelenggarakan acara secara gratis dan pengunjung dapat menikmati semua fasilitas tersebut. Berikut daftar aset milik dan disewa oleh *Event Organizer* oleh *We &nd Dream*:

Tabel 1.3 Daftar Aset Milik dan Disewa Event Organizer oleh We &nd Dream

No	Nama Aset / Peralatan	Status (Milik/Sewa)	Jumlah
1	Speaker Portable	Milik	2 set
2	Mic Wireless	Milik	4 unit
3	Lighting Mini (Basic LED Par)	Milik	4 unit
4	Backdrop Portable (1,5m x 2m)	Milik	1 unit
5	Meja Registrasi & Booth Display	Milik	2 unit
6	Personal Computer (PC)	Milik	1 unit
7	Set Panggung	Sewa	1 set
8	Sound System	Sewa	1 set
9	Booth Photocard	Sewa	2 unit
10	Kursi Lipat	Sewa	50 unit
11	Tenda Dekorasi Ringan (3x3 m)	Sewa	2 unit
12	Proyektor Mini + Layar	Sewa	1 set
13	Merch Display	Sewa	2 unit

Sumber: *We &nd Dream 2024* yang diolah sendiri oleh peneliti

Di dalam tabel yang telah dilampirkan di atas, dijabarkan daftar aset yang dimiliki dan disewa oleh *We&nd Dream Evenet Organizer*. Dari daftar fasilitas diatas, bisa kita bandingkan dengan kondisi di lapangan pada saat acara *Event K-Pop* yang akan diteliti dalam penelitian ini.



Sumber: Observasi peneliti (2024)

Gambar 1.3 Kondisi di lapangan pada saat event

Keadaan di lapangan menunjukkan adanya ketidak optimalan fasilitas yang diberikan *We &nd Dream* sehingga pengunjung merasa kurang puas. Berdasarkan wawancara dengan 10 pengunjung pada 13 Mei 2024 lalu, mereka mengeluh tentang kualitas *sound system* yang suaranya terlalu kecil dan terkadang nyaring, tidak tersedia kursi yang cukup bagi pengunjung, dan juga tidak tersedia *tenant* kuliner. Keluhan tersebut menunjukkan adanya kekecewaan dan ketidakpuasan pengunjung terhadap acara tersebut.

Fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena dalam bisnis jasa, evaluasi pengunjung terhadap sebuah perusahaan didasarkan atas apa yang mereka dapatkan setelah mempergunakan jasa (Nirwana, 2019). Hal ini dibuktikan dengan temuan penelitian Kareem Rashwan (2022) yang sejalan dengan penelitian Analisa dkk., (2023) dengan hasil menunjukkan bahwa fasilitas memberi

pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Akan tetapi, temuan ini tidak sama dengan temuan oleh Jane Halim (2023) yang memperlihatkan bahwa fasilitas tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kualitas pelayanan serta fasilitas adalah faktor yang berperan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pengunjung (Tjiptono, 2015). Penelitian terdahulu yang sejalan dengan teori tersebut telah dilakukan oleh Maulida dkk., (2020) dan dilanjutkan juga oleh Sela dkk., (2024) dengan hasil temuan mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan serta fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Melihat permasalahan yang sudah dijabarkan sebelumnya, dapat diketahui bahwasannya kualitas pelayanan dan fasilitas oleh *Event Organizer We & Dream* belum optimal dan perlu ditingkatkan agar lebih konsisten. Mengingat bahwa *We & Dream* cukup rutin dalam menyelenggarakan *event* dan jumlah pengunjung mengalami fluktuasi yang cenderung menurun, membuat *We & Dream* harus mengedepankan aspek kebutuhan dan harapan dari pengunjung agar tingkat kepuasan maksimal dapat tercapai.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat betapa pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pada *Event Organizer We & Dream* Terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* pada Kota Medan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Ditinjau dari pemaparan latar belakang sebelumnya, sehingga permasalahan yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Terjadi fluktuasi jumlah pengunjung berdasarkan penjualan tiket pada *event* oleh *We & Dream* tahun 2023-2024 namun cenderung mengalami penurunan dikarenakan pengunjung yang kurang puas dengan pelayanan dan fasilitas yang tersedia.
2. Terdapat permasalahan terkait kualitas pelayanan yang sering dikeluhkan pengunjung yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, seperti ketidaksesuaian *rundown* dan etika panitia yang kurang baik dalam melayani pengunjung.

3. Fasilitas yang diberikan oleh *We & Dream* masih kurang memenuhi standar yang sering dikeluhkan pengunjung seperti kualitas *sound system* yang kurang baik, tidak tersedia kursi yang cukup bagi pengunjung, dan juga tidak tersedia *tenantt* kuliner.

1.3 Pembatasan Masalah

Demi mencegah permasalahan yang dikaji terlalu luas, diperlukan batasan ruang lingkup penelitian. Pembatasan masalah sangat krusial guna menjaga fokus penelitian tetap jelas. Oleh itu permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini yakni Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), serta Kepuasan Pengunjung (Y).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan pada *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Target yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu seperti berikut:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan pada *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan.
2. Menganalisis pengaruh Fasilitas pada *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan.
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas pada *Event Organizer We & Dream* terhadap Kepuasan Pengunjung *Event K-Pop* di Kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan di atas, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi sejumlah pihak, diantaranya:

1. Bagi Penulis

Temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan, wawasan serta pengalaman yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pengunjung.

2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi serta dasar refleksi bagi *Event Organizer We & Dream* dalam memperhatikan seperti apa pengaruh Kualitas Pelayanan serta Fasilitas mereka kepada Kepuasan Pengunjung untuk selanjutnya dapat menyusun strategi agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta mencapai kepuasan bagi mereka.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Dapat menjadi tambahan sumber bacaan kepustakaan Universitas Negeri Medan yang berfokus pada studi ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen pemasaran perusahaan jasa.

4. Bagi Peneliti Lain

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi serta informasi kepada peneliti lain serta menjadi bahan perbandingan dalam pengembangan penelitian berikutnya.