

**Pengaruh *Reliability, Responsiveness & Assurance* Terhadap Niat
Beli Ulang Pelanggan LUMINA Entertainment**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

QINTHARA NAJMA NAFISA

6032001180

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
TERAKREDITASI UNGGUL OLEH LAMEMBA No. 720/DE/A.5/
AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

The Influence of Reliability, Responsiveness & Assurance on Repurchase Intention of LUMINA Entertainment Customers



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements to obtain a Bachelor's Degree in
Management

By:

QINTHARA NAJMA NAFISA

6032001180

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC PROGRAM IN MANAGEMENT
EXCELLENT ACCREDITED BY LAMEMBA No. 720/DE/A.5/
AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH *RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE* TERHADAP NIAT
BELI ULANG PELANGGAN LUMINA ENTERTAINMENT**

Oleh :

Qinthara Najma Nafisa

6032001180

PERSETUJUAN SKRIPSI

UNTUK DISIDANGKAN

Bandung, 29 Juli 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM.

Pembimbing Skripsi

Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.

Ko-Pembimbing Skripsi

Meldila Anggita, S.E., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Qinthara Najma Nafisa

Tempat, tanggal lahir : Bandung, 28 November 2002

NPM : 6032001180

Program studi : Manajemen

Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan LUMINA Entertainment

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : V . J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE dan Meidila Anggita, S .E., M.M.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, 29 Juli 2024



Qinthara Najma Nafisa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari dimensi *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan) terhadap niat beli ulang pelanggan LUMINA Entertainment. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kontroversi yang terjadi pada acara "*WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta*" yang menimbulkan ketidakpuasan di kalangan penggemar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 responden yang pernah menggunakan jasa LUMINA Entertainment. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan LUMINA Entertainment cenderung negatif. Mayoritas responden menilai LUMINA kurang informatif, tidak dapat diandalkan, dan tidak menepati janji (*reliability*). Selain itu, LUMINA dianggap tidak responsif terhadap keluhan dan tidak memberikan solusi yang memadai (*responsiveness*). Karyawan LUMINA juga dinilai kurang handal dalam mengatasi masalah, dan perusahaan dinilai tidak mampu mengatasi kekhawatiran pelanggan (*assurance*).

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan, yang diukur melalui ketiga dimensi tersebut, berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *R Square* sebesar 0.899 yang berarti 89.9% variabel niat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini. *Assurance* memiliki pengaruh paling kuat (0.613), diikuti oleh *reliability* (0.260), dan *responsiveness* (0.090).

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa persepsi negatif terhadap kualitas layanan LUMINA Entertainment berpengaruh signifikan terhadap penurunan niat beli ulang pelanggan. LUMINA Entertainment disarankan untuk melakukan perbaikan pada ketiga dimensi kualitas layanan, terutama *assurance*, untuk membangun kembali kepercayaan dan meningkatkan niat beli ulang pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, Niat Beli Ulang, LUMINA Entertainment, *Event Organizer*, Konser K-Pop dan *Fansign Meeting*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, consisting of the dimensions of reliability, responsiveness, and assurance, on the repurchase intention of LUMINA Entertainment customers. This research is motivated by the controversy that occurred at the "WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta," which caused dissatisfaction among fans. The research employed a quantitative method by distributing questionnaires to 105 respondents who had used LUMINA Entertainment's services. Multiple linear regression analysis was utilized to test the research hypotheses.

The results indicate that customer perception of LUMINA Entertainment's service quality tends to be negative. The majority of respondents assessed LUMINA as uninformative, unreliable, and failing to fulfill promises (reliability). Furthermore, LUMINA was perceived as unresponsive to complaints and inadequate in providing solutions (responsiveness). LUMINA's staff was also deemed less capable in handling problems, and the company was seen as unable to address customer concerns (assurance).

The multiple linear regression analysis revealed that service quality, measured through these three dimensions, has a significant influence on customer repurchase intention. This is evidenced by an R Square value of 0.899, indicating that 89.9% of the variance in repurchase intention can be explained by the independent variables in this study. Assurance exhibited the strongest influence (0.613), followed by reliability (0.260) and responsiveness (0.090).

Based on the research findings, it is concluded that the negative perception of LUMINA Entertainment's service quality has a significant impact on the decrease in customer repurchase intention. LUMINA Entertainment is advised to make improvements in all three dimensions of service quality, particularly assurance, to rebuild trust and enhance customer repurchase intention.

Keywords: *Service Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Repurchase Intention, LUMINA Entertainment, Event Organizer, K-Pop Concert and Fansign Meeting.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi penulis yang berjudul “**Pengaruh *Reliability, Responsiveness dan Assurance Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan LUMINA Entertainment***” dengan baik. Naskah skripsi ini disusun oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan. Penulis banyak menerima bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak dalam proses pengerjaan naskah skripsi penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, Bunda dan Ayah yang senantiasa selalu memberikan dukungan moral dan materiil serta doa paling tulus kepada penulis selama penulis melakukan studi di Universitas Katolik Parahyangan sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi dengan baik.
2. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM., selaku dosen wali penulis yang sudah membimbing penulis semasa awal hingga akhir perkuliahan berlangsung.
3. Bapak Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang tiada henti selama proses bimbingan kepada penulis.
4. Ibu Meidila Anggita, S.E., M.M., selaku dosen ko-pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang tiada henti selama proses bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM., selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengerjakan penelitian ini.
6. Seluruh *staff* dan tenaga pengajar di Prodi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan atas arahan dan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis.
7. Keluarga penulis, Enin, Aki, Eyang Mama, Eyang Papa, Ibu, Bapak, Umi, Abi, Kakang, Aa dan Ade yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama penyusunan naskah skripsi penulis.
8. Amanullah Kusuma Irfan selaku teman dekat penulis yang tidak pernah tidak memberikan dukungan serta bantuan dan selalu menemani penulis setiap waktu selama proses pengerjaan naskah skripsi.

9. Callista Elysia Prasanti, Irni Nur Aisyah, Revinka Fakhira Suryansyah, Faeruz Puan Syahranie Darmawan dan Nadzia Pinasthika selaku teman penulis yang selalu membantu memberikan dukungan selama proses pengerjaan naskah skripsi penulis.
10. Oryza Nada Shafa dan Salma Ayala Fahrani selaku teman penulis yang selalu membantu memberikan dukungan selama proses pengerjaan naskah skripsi penulis.
11. Mohammad Fadhila Hylmi dan Rizal Ahmad Nugroho selaku teman penulis yang membantu memberikan dukungan dan bantuan selama proses pengerjaan naskah skripsi penulis.
12. Marsha Andita Salsabila dan Jasmine Nur Marahani yang senantiasa membantu memberikan dukungan serta arahan dalam penulisan naskah skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan naskah skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga naskah skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Bandung, 29 Juli 2024

Qinthara Najma Nafisa

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	24
1.5 Kerangka Pemikiran	25
1.6 Hipotesis Penelitian	25
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Kualitas Layanan	27
2.1.1 Karakteristik Kualitas Layanan	27
2.1.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	28
2.1.3 <i>Journal Mapping</i> Kualitas Layanan	29
2.2 Niat Beli Ulang	33
2.2.1 Faktor Niat Beli Ulang	33
2.2.2 Dimensi Niat Beli Ulang	34
2.2.3 Indikator Niat Beli Ulang	35
2.2.4 <i>Journal Mapping</i> Niat Beli Ulang.....	35
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	36
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	36
3.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.2.1 Data Primer.....	36
3.2.2 Data Sekunder.....	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Operasionalisasi Variabel	38
3.5 Pengukuran Variabel	41
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41

3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknis Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Asumsi Klasik - Normalitas	42
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.7.4 Analisa Regresi Linear Berganda	43
3.8 Objek Penelitian	44
3.8.1 Profil Perusahaan	44
3.8.2 Profil Responden	46
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Analisis Kualitatif Variabel.....	49
4.1.1 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Variabel <i>Reliability</i> (X1)	49
4.1.2 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Variabel <i>Responsiveness</i> (X2)	52
4.1.3 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Variabel <i>Assurance</i> (X3)	54
4.1.4 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Niat Beli Ulang (Y).....	56
4.2 Hasil Analisis Kuantitatif Variabel.....	58
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.2 Regresi Linear Berganda	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.1.1 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi dari Variabel Kualitas Layanan..	64
5.1.2 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Niat Beli Ulang Dipengaruhi oleh Kualitas Layanan	66
5.2 Saran	68
5.2.1 Variabel <i>Reliability</i> (Keandalan)	68
5.2.2 Variabel <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	69
5.2.3 Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan).....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Jadwal Konser K-Pop & <i>Fan Meeting</i> di Jakarta pada Tahun 2023	4
Tabel 1.2	Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “ <i>WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta</i> ” yang Diadakan oleh Lumina Entertainment	8
Tabel 1.3	Hasil <i>Preliminary Research</i>	17
Tabel 1.4	Hasil <i>Preliminary Research</i> Terkait Kualitas Pelayanan LUMINA Entertainment.....	20
Tabel 1.5	Hasil <i>Preliminary Research</i> Terkait Niat Beli Ulang Terhadap LUMINA Entertainment.....	22
Tabel 1.6	Alasan Responden Tidak Akan Menggunakan Jasa LUMINA Entertainment Kembali.....	23
Tabel 2.1	<i>Journal Mapping</i> Dimensi Kualitas Layanan.....	29
Tabel 2.2	<i>Journal Mapping</i> Niat Beli Ulang	35
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan & Niat Beli Ulang.....	39
Tabel 3.2	Keterangan Skala <i>Semantic Differential</i>	41
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 3.4	Acara yang Dibawa oleh Lumina Entertainment	45
Tabel 3.5	Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 3.6	Responden Berdasarkan Seberapa Sering Responden Dalam Setahun Menghadiri Acara Konser Musik atau <i>Fansign</i> K-Pop	37
Tabel 3.7	Responden Berdasarkan Pernah atau Tidak Menggunakan Jasa Promotor Acara dari LUMINA Entertainment.....	47
Tabel 4.1	Persepsi Konsumen Terhadap Jelas atau Tidaknya Informasi Terkait Acara yang Diberikan oleh LUMINA Entertainment.....	49
Tabel 4.2	Persepsi Konsumen Terhadap Apakah LUMINA Entertainment Dapat Diandalkan Dalam Memberikan Pelayanan	50
Tabel 4.3	Persepsi Konsumen Terhadap LUMINA Entertainment Dapat Menepati Janji Sesuai Kesepakatan yang Diberikan	50
Tabel 4.4	Persepsi Konsumen Terhadap <i>Staff</i> LUMINA Entertainment Memiliki Pengetahuan Terkait Rangkaian Acara yang Dilaksanakan	51
Tabel 4.5	Persepsi Konsumen Terhadap LUMINA Entertainment Tetap Cepat Tanggap Dalam Memberikan Respon Terhadap Keluhan Pelanggan Meskipun Belum	

	Ada Solusi yang Dapat Diberikan	52
Tabel 4.6	Persepsi Konsumen Terhadap LUMINA Entertainment Dapat Memberikan Solusi Untuk Mengatasi Kekhawatiran Pelanggan	53
Tabel 4.7	Persepsi Konsumen Terhadap <i>Staff</i> LUMINA Entertainment Selalu Menunjukkan Kesabaran dan Tetap Ramah Dalam Melayani Pelanggan	53
Tabel 4.8	Persepsi Konsumen Terhadap Kemampuan <i>staff</i> LUMINA Entertainment dalam Mengatasi Permasalahan.....	54
Tabel 4.9	Persepsi Konsumen Terhadap LUMINA Entertainment Dapat Mengatasi Kekhawatiran Pelanggan	55
Tabel 4.10	Persepsi Konsumen Terhadap LUMINA Entertainment Mampu Memecahkan Masalah yang Timbul	55
Tabel 4.11	Persepsi Konsumen Terhadap Berniat untuk Menggunakan LUMINA Entertainment Kembali Sebagai Promotor Acara Konser Musik atau <i>Fansign Meeting</i> K-Pop.....	56
Tabel 4.12	Persepsi Konsumen Terhadap Lebih Suka Jika Artis Idola Anda Berada Dibawah Tanggung Jawab LUMINA Entertainment Saat Mengadakan Konser Musik atau Acara <i>Fansign Meeting</i> K-Pop di Indonesia Dibandingkan Promotor Lain.....	57
Tabel 4.13	Persepsi Konsumen Terhadap Tidak Akan Ragu untuk Merekomendasikan LUMINA Entertainment Sebagai Promotor Kepada Orang Lain	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Countries Tweeting Most About K-Pop in 2019</i>	1
Gambar 1.2	Intensitas Menonton Tayangan Korea Selatan di Sejumlah Negara, Triwulan I-2020	2
Gambar 1.3	<i>Genre</i> Musik yang Paling Banyak Disukai Masyarakat	3
Gambar 1.4	Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1	Logo Perusahaan	44
Gambar 4.1	Hasil Histogram.....	59
Gambar 4.2	Hasil Normal P-Plot	59
Gambar 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas	69
Gambar 4.4	Hasil <i>Scatterplot</i>	60
Gambar 4.5	Hasil Uji <i>f</i>	62
Gambar 4.6	Hasil Uji <i>t</i>	62
Gambar 4.7	Hasil <i>R-Square</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	73
-------------------	----------------------------	----

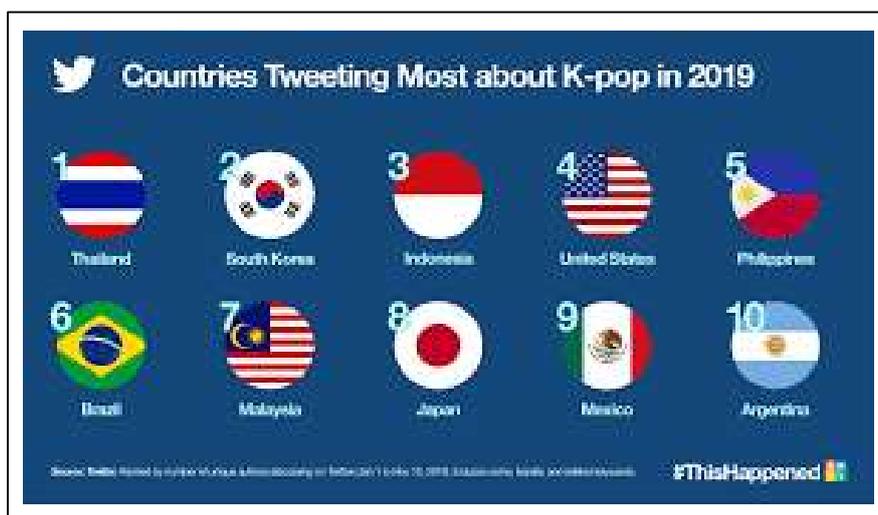
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

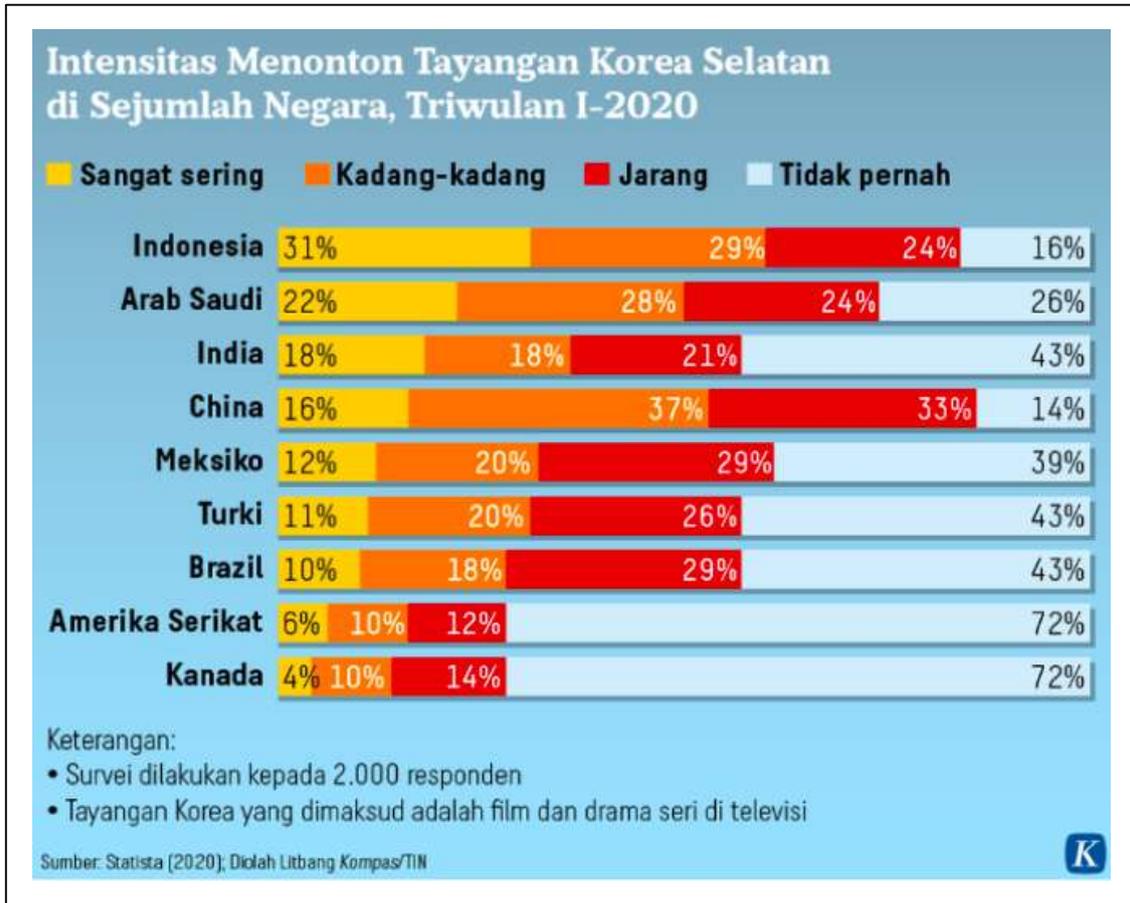
Industri musik merupakan industri yang akan terus berkembang dari zaman ke zaman karena kehidupan industri ini adalah hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia. Musik memang merupakan salah satu hal penting di dalam kehidupan yang tidak akan pernah mati keberadaannya. Berbagai macam *genre* musik hadir di dunia ini tentu membuat kita jadi terbagi menjadi individu yang memiliki tipe musik berbeda untuk dinikmati atau kata lainnya setiap individu memiliki preferensi masing-masing. Adanya perkembangan zaman dan globalisasi tentu berpengaruh terhadap budaya lokal yang ada di Indonesia yang membuat jalan bagi budaya negara lain masuk ke Indonesia terbuka sangat lebar. Masyarakat menjadi lebih mudah untuk menjangkau informasi dan mengetahui pengetahuan tentang budaya asing, dan salah satu budaya itu berasal dari negara Korea Selatan yang dari tahun ke tahun semakin menyebar luas keberadaannya di dunia. Terbukti dari data yang didapatkan, pada tahun 2019, sosial media Twitter mengumumkan bahwa Indonesia merupakan negara yang paling banyak membahas hal yang berkaitan dengan artis K-Pop dan pada tahun 2020, Indonesia menempati peringkat pertama dengan total persentase dibawah ini.

Gambar 1.1 Countries Tweeting Most About K-Pop in 2019



Sumber: Quora (2019)

Gambar 1.2 Intensitas Menonton Tayangan Korea Selatan di Sejumlah Negara, Triwulan I-2020

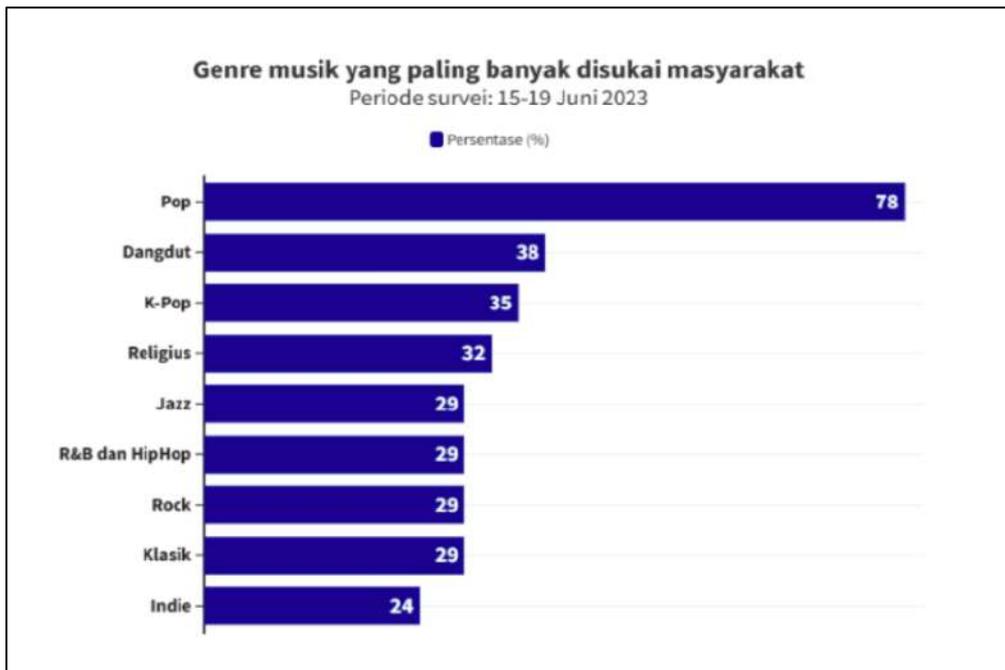


Sumber: Litbang Kompas (2020)

Suksesnya *korean wave* yang terjadi menyebabkan salah satu *genre* yang banyak digemari dan menjadi preferensi individu di Indonesia merupakan *genre Korean Pop* atau lebih dikenal dengan sebutan K-Pop. Korea dikenal dengan salah satu istilah yang dinamakan dengan Hallyu. Hallyu ini merupakan istilah untuk mengidentifikasi tingkat minat publik pada kesenian pop dan tradisional Korea di Asia, Eropa, Timur Tengah, dan Benua Amerika, atau singkatnya Hallyu adalah gelombang Korea. Penyebaran budaya Korea di seluruh penjuru dunia tergolong sangat cepat dari waktu ke waktu dan tentu meningkatkan minat orang-orang terhadap budaya Korea ini, salah satunya pada industri musik Korea yang menjadi pionir budaya Korea mendunia.

Mengutip dari portal data Jajak Pendapat (Jakpat), mereka mengatakan bahwa *genre* musik terpopuler dan banyak disukai oleh masyarakat pada tahun 2023 dengan persentase 78% adalah musik pop, yang lalu disusul oleh dangdut sebanyak 38% dan K-pop di angka yang tidak jauh dari persentase *genre* dangdut yaitu 35%.

Gambar 1.3 Genre Musik yang Paling Banyak Disukai Masyarakat



Sumber: GoodStats (2023)

Menempati peringkat ketiga dalam data *genre* musik yang paling banyak disukai oleh masyarakat Indonesia, tidak dipungkiri kehadiran K-Pop di dunia ini membawa dampak yang cukup besar kepada para penggemarnya dan juga bagi mereka sendiri yang menjalankan profesi sebagai artis *entertainment*. Dalam aspek industri musiknya, K-pop tetap menjadi kekuatan budaya yang paling menonjol di Indonesia dari tahun ke tahun, istilahnya, budaya K-pop ini tidak pernah luntur walaupun pergantian era terus berjalan setiap waktunya. Suksesnya *korean wave* di dunia ini tentu merupakan salah satu faktor yang mendorong loyalitas para penggemarnya terhadap idola yang mereka sukai. Hal ini bisa dibuktikan dengan Indonesia yang selalu masuk dalam daftar tur konser atau pun kegiatan *fan meeting* artis Korea Selatan dan dari jangka waktu diadakannya konser yang setiap bulannya pasti selalu ada acara yang berkaitan dengan industri *entertainment* Korea yang diadakan di Indonesia.

Tabel 1.1
Daftar Jadwal Konser K-Pop & Fan Meeting di Jakarta pada Tahun 2023

Konser K-Pop & Fan Meeting	Tanggal Diadakan	Tempat Diadakan
The Rose “Heal Together” World Tour	6 Januari 2023	Balai Sarbini Jakarta
NCT 127 3rd Tour “The Unity”	13-14 Januari 2023	Indonesia Arena Senayan
EXO-SC “Back to Back Fancon” in Jakarta	4 Februari 2023	Beach City International Stadium
ITZY “Checkmate” the 1st World Tour	4 Februari 2023	Tennis Indoor Senayan Jakarta
MAMAMOO “My Con” World Tour	5 Februari 2023	ICE BSD City, Tangerang
2023 Song Kang Asia Fan Meeting Tour “Moment”	22 Februari 2023	The Kasablanka Hall
NCT DREAM “The Dream Show 2”	3-5 Maret 2023	ICE BSD City, Tangerang
B.I “L.O.L The Hidden Stage”	10 Maret 2023	The Kasablanka Hall
Blackpink “Born Pink” World Tour	11-12 Maret 2023	Stadion Utama Gelora Bung Karno (GBK)
2023 Treasure Tour “Hello”	18-19 Maret 2023	ICE BSD City, Tangerang
WayV “PHANTOM Fan Meeting Tour”	29 April 2023	ICE BSD City, Tangerang
“About Damn Time” pH-1 Asia World Tour	6 Mei 2023	Sutera Hall, Alam Sutera, Tangerang
Red Velvet “4th Concert: R to V in JAKARTA”	20 Mei 2023	ICE BSD City, Tangerang
SUGA “Agust D” Tour	26-28 Mei 2023	ICE BSD City, Tangerang
Yerin Baek Asia-Pacific Tour	31 Mei 2023	Balai Sarbini Jakarta
2023 WOODZ World Tour “OO-LI”	3 Juni 2023	The Kasablanka Hall
AESPA Live Tour “SYNK: Hyper Line” 2023	24 Juni 2023	ICE BSD City, Tangerang
Taeyeon “The Odd of Love” World Tour	22 Juli 2023	ICE BSD City, Tangerang
THE BOYZ “2nd World Tour: Zeneration”	29 Juli 2023	Beach City International Stadium
2023 CRUSH Asia Tour “Crush Hour”	8 Agustus 2023	The Kasablanka Hall

Daftar Jadwal Konser K-Pop & Fan Meeting di Jakarta pada Tahun 2023

Konser K-Pop & Fan Meeting	Tanggal Diadakan	Tempat Diadakan
TOMORROW X TOGETHER “TXT Act: Sweet Mirage”	9 Agustus 2023	Beach City International Stadium
2023 Super Junior “D&E” Fancon Tour	26 Agustus 2023	Tennis Indoor Senayan Jakarta
EXO “Scarlett EXO: Glow to You”	27 Agustus 2023	Beach City International Stadium
Kim Bum Fan Meeting “Between U and Me”	3 September 2023	Ballroom Pullman Hotel Central Park
Ahn Hyo Seop Fan Meeting “The Present Show”	9 September 2023	The Kasablanka Hall
2023 BOL4 Asia Tour	9 September 2023	Balai Sarbini Jakarta
Jung Hae In Fan Meeting “10th Season”	16 September 2023	The Kasablanka Hall
NCT DREAM “ISTJ” Face too Face Album Sign Event	22 September 2023	Tempat dirahasiakan hanya untuk pemenang <i>event fansign meeting</i>
2023 LE SSERAFIM TOUR 'FLAME RISES'	3 Oktober 2023	Jiexpo Kemayoran Jakarta Pusat
2023 KIM SEJEONG 1st CONCERT TOUR 'The ?'	7 Oktober 2023	The Kasablanka Hall
PIHARMONY Live Tour “PIUSTAGE H:PIONEER”	14 Oktober 2023	The Kasablanka Hall
SpecialTY: Ok Taecyeon Jakarta Fanmeeting	21 Oktober 2023	The Kasablanka Hall
YOUNGK “Letter with Notes”	28 Oktober 2023	The Kasablanka Hall
Baekhyun EXO Fan Meeting	4 November 2023	Jakarta International Velodrome
YESUNG “Unfading Sense” in Jakarta	10 November 2023	The Kasablanka Hall
MAMAMOO+ First Fan Concert	18 November 2023	Sutera Hall Jakarta
2023 iKON WORLD TOUR TAKE OFF in JAKARTA	19 November 2023	Tennis Indoor Senayan Jakarta

Daftar Jadwal Konser K-Pop & *Fan Meeting* di Jakarta pada Tahun 2023

Konser K-Pop & Fan Meeting	Tanggal Diadakan	Tempat Diadakan
Lee Junho Fan Meeting “Junho the Moment”	25 November 2023	ICE BSD City, Tangerang
NCT 127 Fact Check Face To Face Album Sign Event in Jakarta	8 Desember 2023	Tempat dirahasiakan hanya untuk pemenang <i>event fansign meeting</i>
Saranghaeyo Indonesia 2023	9 Desember 2023	Beach City International Stadium
Lazada Fest 12.12 (Red Velvet & KEY SHINee)	13 Desember 2023	Indonesia Arena Senayan
Twice 5th World Tour Ready To Be	23 Desember 2023	Jakarta International Stadium

Sumber: Suara.com (2023)

Untuk mengadakan suatu acara pasti dibutuhkan sekelompok orang untuk merangkai terbentuknya sebuah acara yang dinamakan *event organizer* atau promotor acara. Acara konser musik atau pun *fan meeting* tidak mungkin bisa diadakan tanpa adanya promotor. Lebih jelasnya, seorang promotor adalah pihak yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan konser secara langsung, contoh dalam memastikan seluruh aspek terlaksana dengan baik sehingga acara dapat berlangsung sesuai dengan harapan (Kumparan, 2023). Terdapat beberapa promotor acara yang berkecimpung di dunia industri *entertainment* Korea Selatan yang sudah memiliki nama besar sehingga melekat di pikiran para penggemar industri tersebut di Indonesia, salah satunya yaitu LUMINA Entertainment.

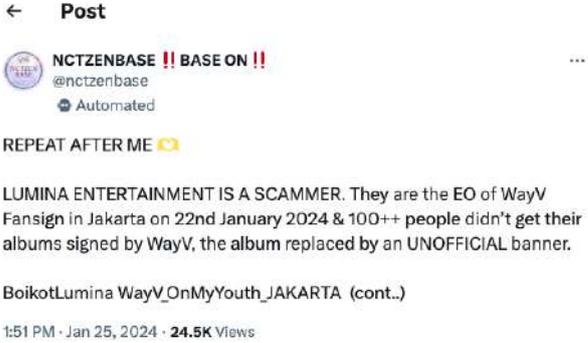
LUMINA Entertainment hadir sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa *event organizer* yang tidak hanya berasal dari industri *entertainment* Korea Selatan, tetapi fokus mereka pun kepada artis yang berasal dari Thailand. LUMINA pertama kali sukses menggelar acara *fan meeting* dengan artis di bidang industri *entertainment* Thailand yang akan berkunjung ke Indonesia tepatnya di Jakarta yang merupakan lokasi dimana acara dengan artis besar digelar pada tahun 2018 dan melanjutkan jasa mereka hingga sekarang tahun 2024, yang berarti terhitung sudah enam (6) tahun kurang lebih LUMINA Entertainment membangun perusahaannya di bidang ini. Meski tergolong sudah cukup lama bagi LUMINA Entertainment dalam membangun usahanya, tetapi tidak bisa dipungkiri naik turunnya mereka dalam proses tersebut akan terus ada dan tidak akan selalu mendapatkan respon positif dari masyarakat di Indonesia atau dari mereka yang memang sudah memiliki pernah mendapatkan pengalaman pelayanan jasa dari pihak LUMINA Entertainment.

Pada bulan Januari tahun 2024 kemarin, LUMINA Entertainment menggelar acara *fansign meeting* bersama artis Korea Selatan yaitu *boygroup* WayV yang berada dibawah naungan agensi ternama di negara asal *group* mereka lahir yaitu SM Entertainment (salah satu agensi tiga besar di Korea Selatan). Acara yang digelar pada tanggal 22 Januari 2024 yang diberi nama “**WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta**” ternyata tidak berjalan sesuai dengan harapan promotor dan juga *audience*. *Event organizer* ini diterpa oleh suatu kejadian yang dimana hal ini sangat berdampak kepada kualitas layanan yang dimiliki oleh LUMINA Entertainment yang selama ini sudah mereka bangun sebaik mungkin. Acara *fansign meeting* yang diadakan ini memiliki rangkaian acara dan *benefit* bagi mereka yang berpartisipasi seperti acara *fansign meeting* pada umumnya, yaitu akan mendapatkan album musik *group* yang bersangkutan dengan acara dan album tersebut akan langsung ditanda tangani oleh anggota *group* tersebut. Sayangnya, terdapat kesalahan *major* dari pihak LUMINA Entertainment ini saat menggelar acara *fansign meeting* dengan *boygroup* WayV. Promotor dari acara ini, LUMINA Entertainment, diketahui hingga sekarang belum memberi album *official* WayV yang sudah dijanjikan dan mengganti album tersebut dengan *merchandise* lain yaitu *unofficial banner* (banner buatan yang tidak berasal dari pihak SM Entertainment). Ada pun satu cuitan di Twitter yang mengutarakan bahwa beberapa hari sebelum acara *fansign meeting* bersama WayV ini digelar, terjadi pemesanan album WayV di akun Shopee ia dengan jumlah pemesanan album sebanyak 100 *pieces*, yang membuat permasalahan tentang *event* “**WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta**” ini semakin memanas karena muncul banyak spekulasi dan mengkaitkan dua hal tersebut seakan-akan saling berhubungan, padahal kebenaran belum diketahui apakah pemesanan album tersebut memang dilakukan oleh pihak LUMINA Entertainment untuk acara *fansign meeting* bersama WayV atau ternyata tidak ada sangkut pautnya sama sekali dengan acara tersebut dan hanya untuk konsumsi pribadi orang yang melakukan pemesanan. Tidak berhenti disitu, ternyata pada saat hari acara *fansign meeting* digelar, terjadi pelecehan seksual yang dilakukan oleh *security* yang berada di *stage* untuk mengatur *flow* agar acara berjalan dengan tertib. Pelaku melakukan pelecehan seksual tidak hanya ke satu orang, tetapi banyak sekali orang yang menghadiri acara tersebut merasa diperlakukan tidak senonoh (seperti letak menyimpan tangan pada area tubuh wanita yang tidak sepatutnya seorang lawan jenis melakukan hal tersebut). Berita tersebut naik disertai dengan bukti foto dan video yang semakin memperkuat permasalahan yang beredar. Tagar boikot LUMINA Entertainment pun mulai bertebaran di *platform* tersebut dan menjadi *trending*. Dibawah ini merupakan tabel yang berisi

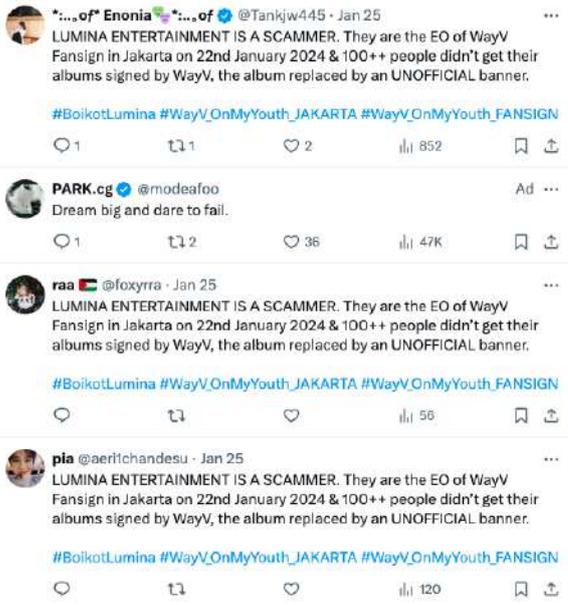
ulasan negatif terkait permasalahan yang terjadi selama periode acara *fansign meeting* dengan *boygroup* WayV yang diadakan oleh LUMINA Entertainment berjalan.

Tabel 1.2

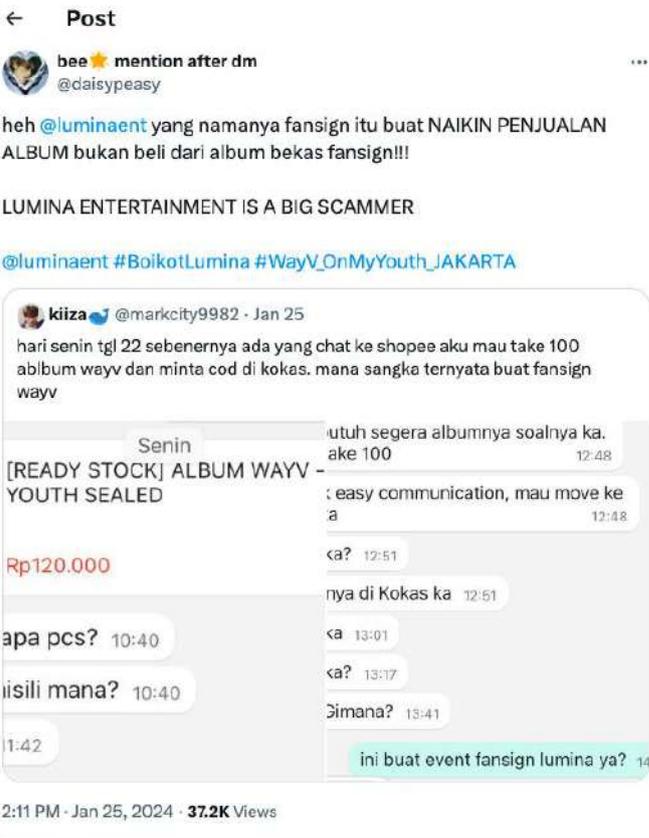
Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p>Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p>Keterangan</p>
 <p>← Post</p> <p>NCTZENBASE !! BASE ON !! @nctzenbase Automated</p> <p>REPEAT AFTER ME 🗨️</p> <p>LUMINA ENTERTAINMENT IS A SCAMMER. They are the EO of WayV Fansign in Jakarta on 22nd January 2024 & 100++ people didn't get their albums signed by WayV, the album replaced by an UNOFFICIAL banner.</p> <p>BoikotLumina WayV_OnMyYouth_JAKARTA (cont..)</p> <p>1:51 PM · Jan 25, 2024 · 24.5K Views</p>	<p>Salah satu penggemar WayV yang menghadiri acara “<i>WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta</i>” membawa massa untuk menyebarkan permasalahan yang disebabkan oleh pihak LUMINA ke dalam <i>fanbase</i> besar WayV di sosial media Twitter.</p>
 <p>← Post</p> <p>Koreaboo @koreaaboo</p> <p>Female Fans Touched Inappropriately By Male Security At Fansign Event In Jakarta, Sparking Outrage</p> <p>From koreaaboo.com</p> <p>6:15 AM · Jan 25, 2024 · 565.7K Views</p> <p>428 44 18K 388</p>	<p>Permasalahan pelecehan seksual yang terjadi di acara “<i>WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta</i>” yang dilakukan oleh salah satu <i>staff</i> LUMINA Entertainment yang bertugas untuk mengatur <i>flow</i> acara tersebar luas ke media besar Korea Selatan (@/koreaaboo) di sosial media Twitter dalam kurun waktu yang tergolong cepat.</p>

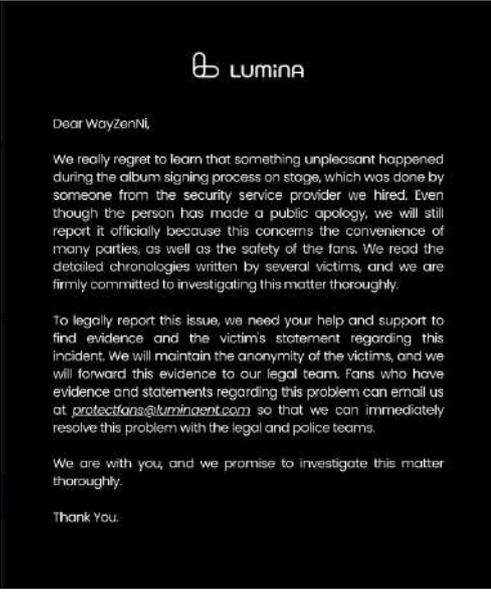
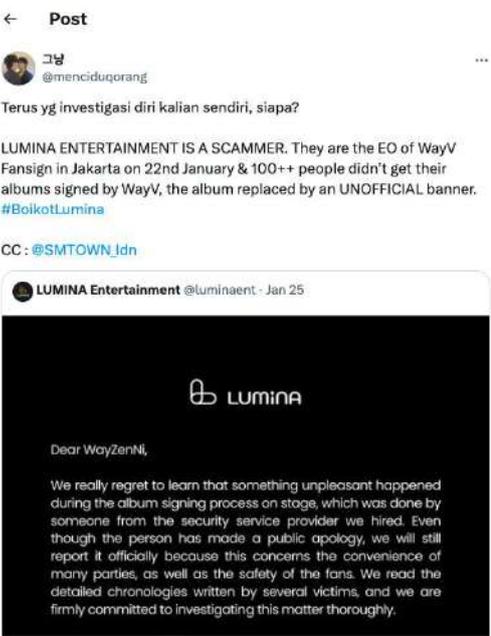
Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
	<p>Setelah postingan di <i>fanbase</i> (@/nctzenbase) tersebar, fans WayV baik itu yang menghadiri acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” atau pun tidak ikut membuat <i>posting-an</i> di <i>reply-an comment</i> cuitan tersebut agar berita makin tersebar.</p>
	<p>Mereka pun menggunakan <i>hashtag</i> (#BoikotLumina, #WayV_OnMyYouth_JAKARTA & #WayV_OnMyYouth_FANSIGN) agar ketika tagar tersebut di klik atau dicari pada <i>platform</i> tersebut pemberitaan terkait kasus LUMINA Entertainment akan langsung ditemukan.</p>

Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
 <p>The screenshot shows a Twitter post from user @daisypeasy. The text of the post reads: "heh @luminaent yang namanya fansign itu buat NAIKIN PENJUALAN ALBUM bukan beli dari album bekas fansign!!! LUMINA ENTERTAINMENT IS A BIG SCAMMER @luminaent #BoikotLumina #WayV_OnMyYouth_JAKARTA". Below the text is a screenshot of a WhatsApp chat conversation. The chat shows a customer asking for a WayV album with COD (Cash on Delivery) in Kota Kasablanka. The seller, who is identified as Lumina Entertainment, responds with a price of Rp120.000 and asks for the location. The customer asks for a photo of the album, and the seller responds with a link to a website. The customer then asks if the seller is making a fan sign event for Lumina, and the seller replies "ini buat event fansign lumina ya?".</p>	<p>Terdapat salah satu <i>posting</i>-an fans WayV yang ramai di sosial media Twitter, dimana cuitan tersebut mengatakan bahwa ada pihak yang membeli album via Shopee dan terduga pihak tersebut adalah LUMINA Entertainment selaku promotor acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta”, karena jumlah pemesanan tergolong diluar batas orang membeli album, terlebih pemesanan ini dilakukan beberapa hari sebelum acara & pembeli meminta titik COD di Kota Kasablanka dimana tempat ini merupakan tempat acara dilaksanakan.</p>

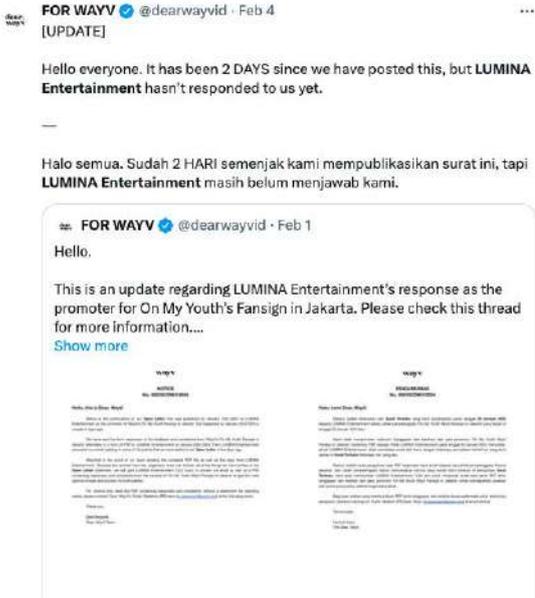
Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
	<p>Pihak LUMINA Entertainment akhirnya merilis surat pernyataan terkait tragedi pelecehan seksual yang dilakukan oleh salah satu <i>staff</i> mereka pada saat acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” berlangsung.</p>
	<p>Setelah surat pernyataan dirilis oleh pihak LUMINA Entertainment, terdapat penggemar WayV membuat cuitan yang mempertanyakan kejelasan permasalahan lainnya bagaimana permasalahan tidak berhenti di kasus pelecehan seksual yang terjadi.</p>

Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
	<p>Salah satu akun penggemar WayV (@/berryzennie_S1) yang menghadiri acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta”, membuat cuitan mengenai tidak adanya kejelasan kapan album <i>fansign</i> akan dikirimkan dari pihak LUMINA Entertainment selaku promotor acara tersebut.</p>
	<p>Ia mengujarkan kekecewaannya karena sudah mengeluarkan dana lebih dari Rp100.000.000.- dan kecewa akan perlakuan pihak LUMINA terhadap WayV sebagai artis yang berada dalam tanggung jawabnya. Akun @/berryzennie_S1 mengatakan akan membawa permasalahan ini ke jalur hukum jika dalam kurun waktu 4x24 jam tidak ada respon dari pihak LUMINA Entertainment.</p>

Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
	<p>Akun <i>fanbase</i> besar WayV Indonesia lainnya pun mulai mem-<i>blow up</i> kasus acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” terkait pihak LUMINA Entertainment selaku promotor acara yang tidak memberikan respon atau mengeluarkan surat pernyataan sama sekali untuk mengatasi permasalahan ini.</p> <p>Pihak LUMINA Entertainment hanya memberikan surat pernyataan terkait permasalahan pelecehan seksual oleh salah satu <i>staff</i> mereka yang terjadi saat acara berlangsung. Mereka tidak memberikan respon terkait permasalahan album.</p>

Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
	<p>Salah satu akun penggemar WayV yang menghadiri acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” membawa permasalahan ini ke ranah hukum pada tanggal 13 Maret 2024 atas dugaan penipuan dan penggelapan dana terkait pembelian album WayV untuk dapat menghadiri acara tersebut sebanyak 306 album dimana album tersebut hingga di bulan Maret 2024 tidak dikirimkan dan total kerugian mencapai nominal Rp116.100.000.-</p>
	<p>Akun @/berryzennie_S1 pun menyertakan bukti bahwa penyelesaian permasalahan antara pihak penggemar dan promotor harus berakhir mengambil jalur hukum.</p>

Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” yang Diadakan oleh LUMINA Entertainment

<p align="center">Ulasan yang Diberikan Terkait Acara “WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta” by LUMINA Entertainment</p>	<p align="center">Keterangan</p>
 <p>4.20 PM · 13/03/24 From Earth · 317K Views</p>	<p>Bukti surat kepolisian yang disertakan oleh akun @/berryzennie_S1 bahwa penyelesaian permasalahan antara ia sebagai pihak penggemar yang menghadiri acara <i>fansign meeting</i> WayV dan LUMINA Entertainment sebagai pihak promotor acara yang menyelenggarakan harus berakhir mengambil jalur hukum.</p>
	<p>Diketahui di awal bulan Juli ini bahwa LUMINA Entertainment masih belum menyelesaikan permasalahan terkait acara <i>fansign meeting</i> WayV di awal tahun 2024 ini, tetapi ia sudah berani membuat acara konser lain di Indonesia dengan cara mengganti nama LUMINA menjadi 99WaysPro sebagai promotor acara.</p>

Sumber: Twitter (2024)

Sangat disayangkan, dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu membuat berita ini menyebar luas bahkan sampai hingga ke media Korea Selatan tanpa hitungan waktu. Twitter merupakan *platform* media sosial dimana biasanya para penggemar industri *entertainment* Korea Selatan berkumpul untuk saling mendukung, berkenalan, berbagi beragam macam informasi juga mengetahui aktivitas idola mereka. Di *platform* sosial media tersebut lah para penggemar yang menghadiri acara *fansign meeting* WayV berbagi pengalaman mereka dan tidak hanya satu atau dua orang yang membagikan kesan tidak baik terhadap LUMINA Entertainment. Terdapat beberapa ulasan negatif yang beredar di *platform* media sosial Twitter seperti data yang dicantumkan pada tabel 1.2. Setelah tersebar luasnya masalah ini ke publik bahkan hingga sampai ke negara asal *boygroup* yang berada dibawah tanggung jawab LUMINA Entertainment dalam acara “**WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta**”, pihak *event organizer* mengambil tindakan dengan melakukan klarifikasi ke publik, LUMINA Entertainment mengedarkan surat pernyataan resmi untuk membahas pengalaman buruk yang dialami oleh para penggemar yang menghadiri acara tersebut. Namun lagi dan lagi, melalui surat pernyataan resmi itu beredar, pihak LUMINA Entertainment tidak memberikan jawaban yang dapat memecahkan atau membayar rasa kecewa para penggemar WayV, melainkan tambah mengecewakan mereka. Terhitung hingga hari ini, pihak LUMINA Entertainment masih berdiam diri yang menyebabkan salah satu *user* yang memiliki nama dan juga citra baik di *fandom* WayV membawa permasalahan ini ke jalur hukum.

Dari ulasan negatif yang terdapat pada tabel 1.2, penulis menilai bahwa terdapat adanya pengaruh dari kualitas layanan terhadap niat beli ulang pelanggan LUMINA Entertainment jika sewaktu-waktu pihak *event organizer* tersebut membuat acara yang berkaitan dengan artis ternama di dunia dan otomatis menjadi tanggung jawab pihak LUMINA Entertainment selama periode acara tersebut berlangsung. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pendapat pelanggan LUMINA Entertainment yang sudah pernah merasakan pelayanan jasa dari pihak *event organizer* tersebut dan juga mereka yang menghadiri acara “**WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta**” yang digelar pada tanggal 22 Januari 2024 silam. Penulis melakukan penelitian dengan cara melakukan menyebarkan kuesioner *google form* yang dibagikan kepada *audience* sesuai dengan topik penelitian yang penulis lakukan. Berikut merupakan hasil dari penyebaran kuesioner yang didapatkan oleh penulis.

Tabel 1.3
Hasil Preliminary Research

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Apakah Anda mengetahui apa yang terjadi dengan <i>event "WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta"</i> yang dibawa oleh LUMINA Entertainment?	Ya	15	100%
		Tidak	-	-
2	Jika Anda mengalami hal yang serupa dengan apa yang terjadi pada <i>event "WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta"</i> , apakah Anda akan menggunakan jasa dari LUMINA Entertainment kembali?	Ya	4	26.7%
		Tidak	11	73.3%
3	Jika Iya, mengapa?	<p>Mungkin mereka akan <i>improve</i> kualitas pelayanannya dan belajar dari <i>event fansign</i> WayV kemarin, namun tetap walaupun jawaban saya iya, akan terdapat banyak pertimbangan untuk menghadiri acara yang diadakan oleh LUMINA.</p> <p>Ada kemungkinan LUMINA akan meningkatkan kualitas jasa pelayanannya dari kejadian ini jadi tidak menutup kemungkinan saya akan memberi kesempatan untuk melihat perkembangan mereka, tetapi jika terulang kembali saya baru tidak akan pernah memakai jasa dari LUMINA kembali.</p>		

Hasil Preliminary Research

No	Pertanyaan	Jawaban
	Jika Iya, mengapa?	<p>Menantikan <i>improvement</i> dr LUMINA.</p> <p><i>Event fansign</i> WayV ini pengalaman pertama saya dengan LUMINA, siapa tau LUMINA memberi perkembangan yang baik, tidak bisa menyimpulkan hanya dari satu kejadian terlebih LUMINA sudah bergerak di bidang ini sejak 2018.</p>
4	Jika Tidak, mengapa?	<p>Tidak professional.</p> <p>Takut hal serupa terjadi kembali dan pada akhirnya merugikan saya yang sudah keluar uang banyak untuk bertemu idola saya.</p> <p>Sudah kecewa dengan mereka saat membawa WayV ke Indonesia apalagi WayV jarang ada acara disini sekalnya dibawa promotornya sangat mengecewakan.</p> <p>LUMINA Ent. sangat tidak profesional dalam menanggapi permasalahan dan juga tidak bertanggung jawab dalam membawa artis idola saya (tidak berada di tangan yang dapat dipercaya).</p>

Hasil Preliminary Research

No	Pertanyaan	Jawaban
	Jika Tidak, mengapa?	<p>Untuk mengikuti acara <i>fansign meeting</i> seperti ini, untuk memenangkannya harus dengan cara undian. Untuk beruntung mendapatkan undian, rata-rata pembelian album lebih dari 5 dan harga satuan album itu dijual dengan harga Rp300.000,00.- keatas. Bayangkan betapa dirugikannya pihak fans & artisnya sendiri, terlebih rumornya pihak LUMINA tidak membeli album secara <i>official</i> yang bisa menaikkan charts WayV melainkan dari Shopee yaitu album bekas.</p> <p>Kejadian <i>fansign</i> WayV kemarin cukup sangat mengecewakan sehingga tidak memiliki alasan lagi untuk saya akan menggunakan promotor LUMINA sekali pun ia membawa artis idola saya.</p> <p>Uang yang dikeluarkan oleh saya sangat banyak untuk memenangkan acara <i>fansign</i> ini, tetapi ternyata hasil dari saya memberi <i>reward</i> ke diri saya sendiri juga ke artis idola saya tidak membuahkan hasil yang serupa dengan usaha saya untuk bisa bertemu WayV.</p> <p>Kecewa dengan pelayanan yang diberikan dari awal acara ini diinformasikan, tidak pernah jelas dalam memberi informasi.</p> <p>Karena tidak profesional dan takut akan mengalami hal yang sama.</p>

Hasil Preliminary Research

No	Pertanyaan	Jawaban
	Jika Tidak, mengapa?	Rugi secara materiil dan juga kecewa akan mereka memperlakukan artis idola saya (tidak memberi album secara <i>official</i> sudah begitu sampai sekarang tidak ada kejelasan pengiriman album).
		Komunikasi yang diberikan oleh LUMINA Entertainment tidak jelas saya anggap dari awal adanya informasi terkait acara <i>fansign</i> WayV ini sampai akhir munculnya permasalahan mereka bersikap secara tidak profesional.

Sumber: Pengolahan Data Peneliti (2024)

Tabel 1.4

Hasil Preliminary Research Terkait Kualitas Pelayanan LUMINA Entertainment

Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)							
Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Jumlah Jawaban & Persentase				
			Skala				
			1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Netral	4 Setuju	5 Sangat Setuju
Kualitas Pelayanan	<i>Responsiveness</i>	LUMINA Entertainment dapat dihubungi dan berkomunikasi dengan efektif memberi solusi saat menanggapi & mengatasi permasalahan yang terjadi	6 (40%)	9 (60%)	-	-	-

Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)							
Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Jumlah Jawaban & Persentase				
			Skala				
			1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Netral	4 Setuju	5 Sangat Setuju
Kualitas Pelayanan	<i>Assurance</i>	LUMINA Entertainment dapat bekerja secara profesional dan menunjukkan bahwa mereka memang berpengalaman dalam menggelar acara <i>fansign meeting</i> K-Pop	7 (46.7%)	8 (53.3%)	-	-	-
	<i>Reliability</i>	LUMINA Entertainment menanggapi pertanyaan, kebutuhan serta keluhan para pelanggan secara responsif	6 (40%)	9 (60%)	-	-	-
	-	Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak LUMINA Entertainment	9 (60%)	6 (40%)	-	-	-
	-	Saya tetap akan menggunakan jasa dari LUMINA Entertainment jika mereka membawa idola saya ke Indonesia	11 (73.3%)	-	4 (26.7%)	-	-

Sumber: Pengolahan Data Peneliti (2024)

Tabel 1.5

Hasil Preliminary Research Terkait Niat Beli Ulang Terhadap LUMINA Entertainment

Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)						
Variabel	Pertanyaan	Jumlah Jawaban & Persentase				
		Skala				
		1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Netral	4 Setuju	5 Sangat Setuju
Niat Beli Ulang	Saya akan menghadiri acara yang dibawa oleh LUMINA Entertainment sebagai promotor yang membawa artis K-Pop idola saya ke Indonesia di masa yang akan mendatang	9 (60%)	5 (33.3%)	1 (6.7%)	-	-
	Saya akan merekomendasikan LUMINA Entertainment sebagai promotor acara artis Korea Selatan yang akan datang ke Indonesia	10 (66.7%)	5 (33.3%)	-	-	-
	Saya memilih LUMINA Entertainment sebagai promotor acara idola Korea Selatan saya dibanding promotor lain	9 (60%)	5 (33.3%)	1 (6.7%)	-	-

Sumber: Pengolahan Data Peneliti (2024)

Dari hasil penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, didapatkan sebanyak 15 responden bersedia melakukan wawancara tertulis melalui *google form* yang sudah disediakan terkait penelitian yang penulis lakukan, yaitu **Pengaruh *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan LUMINA Entertainment**. Penulis menyimpulkan bahwa kebanyakan dari responden mengatakan tidak akan menghadiri acara yang dibawa oleh LUMINA Entertainment sebagai promotor yang membawa artis K-Pop idola mereka ke Indonesia di masa yang akan mendatang, dikarenakan apa yang terjadi pada *event fansign meeting* WayV kemarin cukup mengecewakan dan merugikan kedua belah pihak yaitu antara fans dan juga artisnya sendiri karena tujuan digelarnya acara *fansign meeting* ini salah

satunya untuk menaikkan *charts* artis yang bersangkutan dengan cara jumlah *record album* yang tercatat. Maka dari itu prosedur untuk mengikuti acara *fansign meeting* ini adalah dengan cara membeli album terbanyak dan akan memenangkan kesempatannya melalui nomor undian. Sayangnya ternyata pihak LUMINA dirumorkan tidak membeli album secara *official* yang dapat menaikkan *charts* album WayV, melainkan membelinya dari *e-commerce* Shopee.

Walaupun tercatat 4 dari 15 responden mengatakan akan tetap menggunakan jasa dari LUMINA Entertainment kembali karena melihat adanya kemungkinan dari pihak *event organizer* dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka, tetapi hasil *preliminary research* menyatakan bahwa 11 dari 15 responden tidak akan menggunakan jasa LUMINA Entertainment kembali sekalipun ia membawa idola mereka ke Indonesia dengan alasan sebagai berikut.

Tabel 1.6

Alasan Responden Tidak Akan Menggunakan Jasa LUMINA Entertainment Kembali

Alasan	Jumlah Responden dengan Alasan Serupa	Dimensi
Pihak LUMINA Entertainment tidak profesional dalam memberikan informasi terkait acara yang diselenggarakan, menyikapi keresahan pelanggan & penyelesaian masalah yang terjadi pada acara " <i>WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta</i> "	4	<i>Responsiveness</i>
Takut hal serupa terjadi kembali sehingga akan mengalami kerugian secara materiil mengingat pengeluaran yang tidak sedikit untuk menghadiri acara <i>fan meeting</i>	4	<i>Assurance</i>
Kecewa akan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak LUMINA Entertainment pada acara " <i>WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta</i> "	3	<i>Reliability</i>

Sumber: Pengolahan Data Peneliti (2024)

Selebihnya, penulis memberikan pernyataan terkait dengan faktor yang bisa mendukung adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pelanggan berdasarkan pengalaman responden saat menghadiri acara "*WayV On My Youth Face to Face Album Sign Event in Jakarta*" yang digelar oleh LUMINA Entertainment. Didukung dengan teori yang ada, tabel 1.3 merupakan garis kesimpulan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan berdampak kepada niat beli ulang perusahaan tersebut. Kedua teori tersebut saling berhubungan dan memiliki dampak ke satu sama lain, hal ini yang membuat penulis ingin melakukan penelitian tentang "**Pengaruh *Reliability, Responsiveness dan Assurance Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan LUMINA Entertainment***".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas layanan dari dimensi *reliability, responsiveness & assurance* yang diberikan oleh LUMINA Entertainment?
2. Apakah kualitas layanan dari dimensi *reliability, responsiveness & assurance* dapat berpengaruh secara bersamaan terhadap niat beli ulang pelanggan LUMINA Entertainment?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana kualitas layanan dari dimensi *reliability, responsiveness & assurance* yang diberikan oleh LUMINA Entertainment.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dari dimensi *reliability, responsiveness & assurance* terhadap niat beli ulang pelanggan LUMINA Entertainment.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat menjadi alat ukur bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang harus digunakan dalam mempertahankan kualitas layanan yang akan diberikan ke pelanggan sehingga timbul niat beli ulang pelanggan.

2. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat meluaskan wawasan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap niat beli ulang pelanggan pada suatu perusahaan dan dengan ilmu yang didapatkan penulis berharap dapat bermanfaat dalam mengimplementasikannya ke dalam kehidupan di masa yang akan datang.

3. Bagi Pembaca

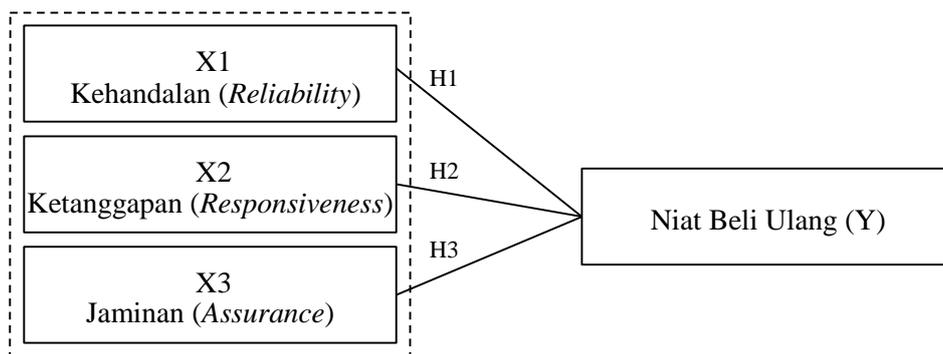
Penulis berharap pembaca akan mendapatkan wawasan dari penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap niat beli ulang pelanggan pada suatu perusahaan, sehingga penelitian ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat di masa yang mendatang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Fandy Tjiptono (2017:180) mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, atau pengertian untuk kualitas layanan dapat diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang dirasakan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan (Arni Purwani & Rahma Wahdiniwaty, 2017:65). Niat beli ulang akan muncul jika pelanggan mendapatkan pengalaman yang baik, dan salah satu faktor yang bisa mendukung adanya kesan baik tersebut dapat hadir dari kualitas pelayanan yang baik. Rahmawati & As'ad (2018) menyatakan bahwa niat beli ulang adalah kemungkinan konsumen untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama di masa depan. Kualitas pelayanan yang baik akan meninggalkan kesan positif bagi pelanggan. Sesuai dengan pernyataan yang dikatakan oleh Chen (dalam Ahmad et al, 2010), kualitas layanan yang lebih baik dapat meningkatkan niat pelanggan untuk membeli di masa yang akan mendatang.

1.6 Hipotesis Penelitian

Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran



Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan pada bagian kerangka pikiran, maka hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian adalah sebagai berikut:

1. H1: Kualitas layanan dalam aspek kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan.
2. H2: Kualitas layanan dalam aspek ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan.
3. H3: Kualitas layanan dalam aspek jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan.