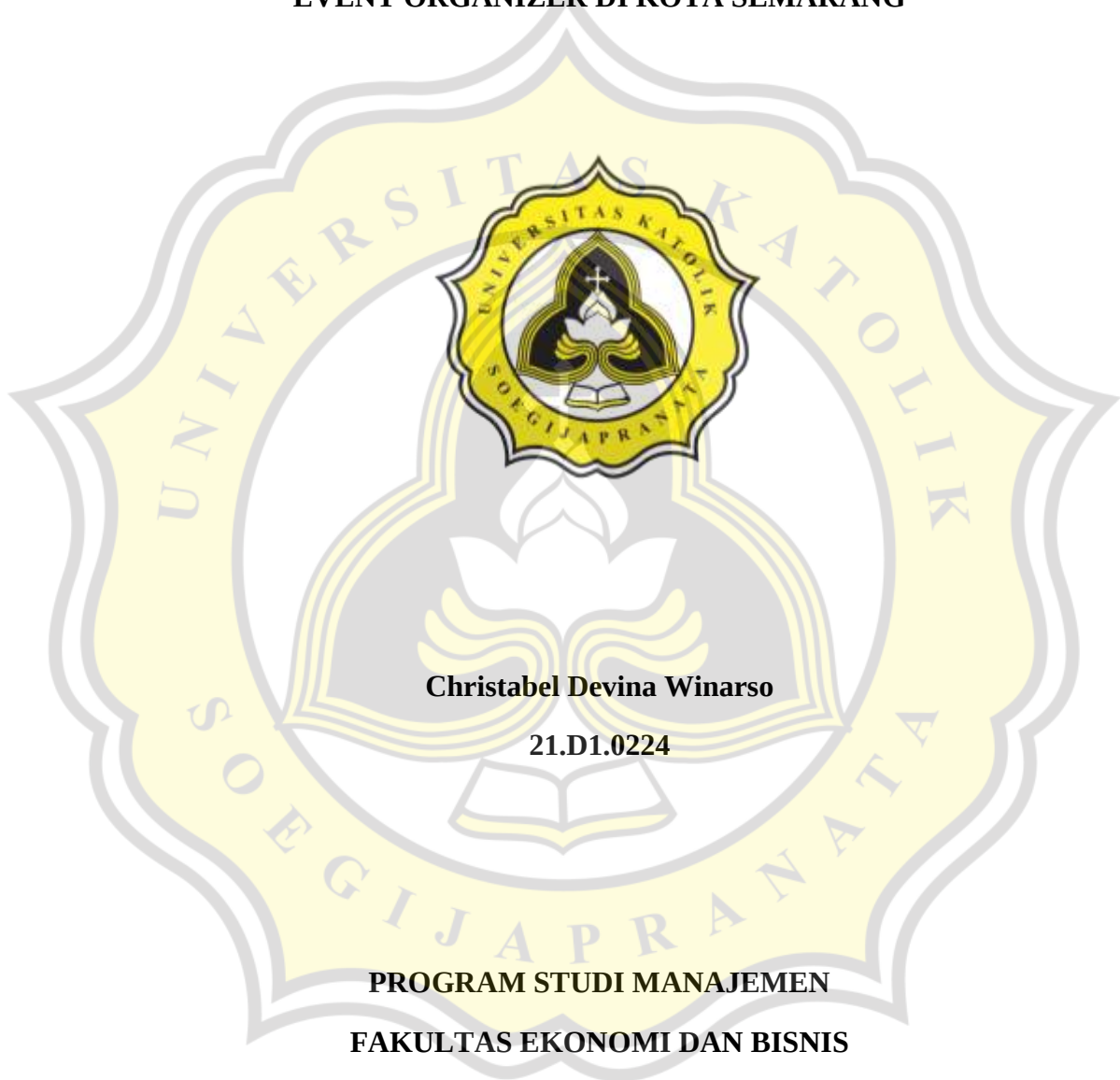


LAPORAN SKRIPSI

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN FLINK
EVENT ORGANIZER DI KOTA SEMARANG**



Christabel Devina Winarso

21.D1.0224

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

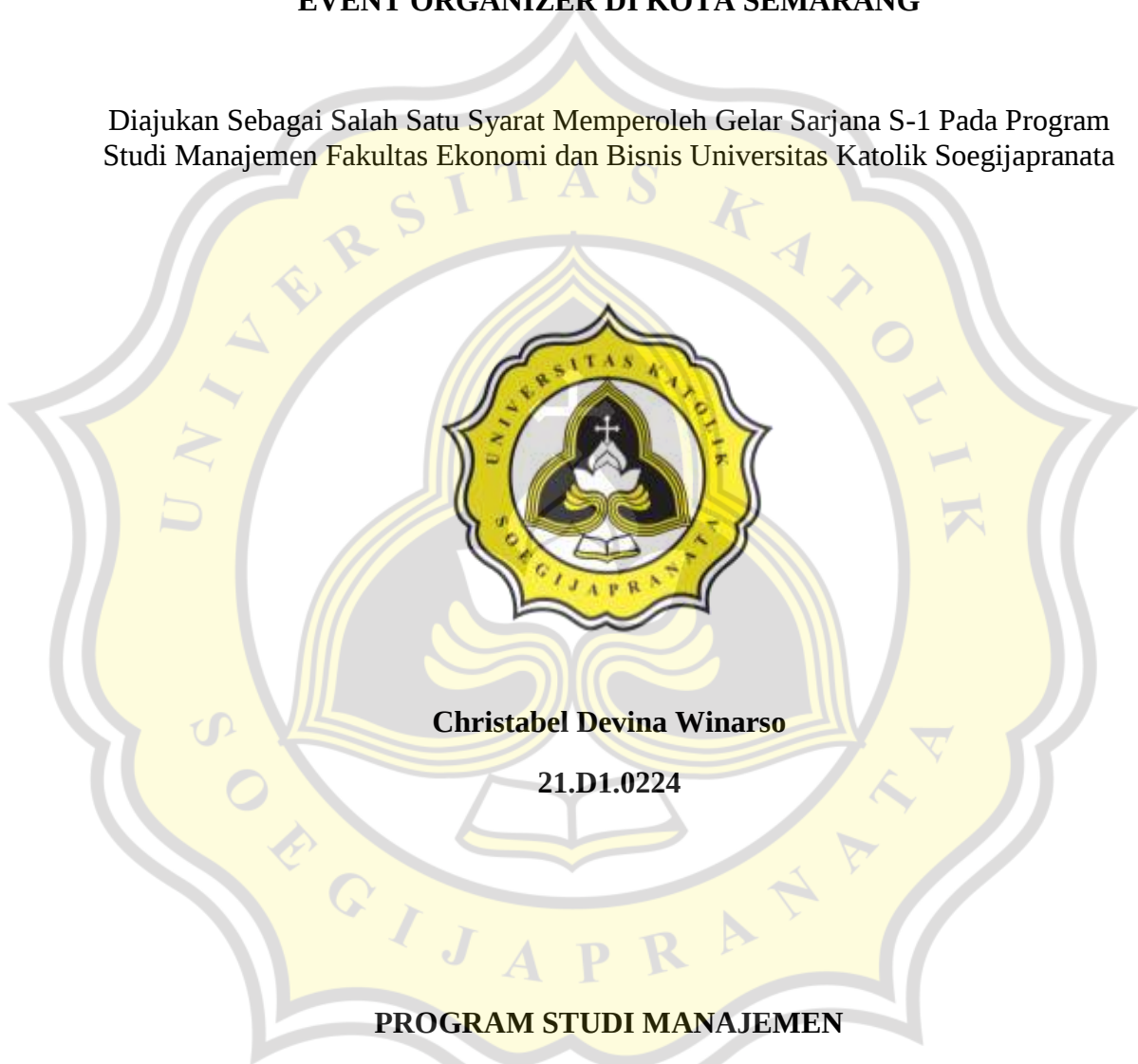
SEMARANG

2025

LAPORAN SKRIPSI

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN FLINK EVENT ORGANIZER DI KOTA SEMARANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



Christabel Devina Winarso

21.D1.0224

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan *Flink event organizer* di kota Semarang. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan terbentuk melalui pengalaman langsung dalam menggunakan jasa dan menjadi indikator penting dalam mengevaluasi aspek-aspek pelayanan yang masih perlu diperbaiki oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi konsumen sangat penting dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif, membangun serta mempertahankan citra positif perusahaan dan digunakan sebagai dasar dalam upaya perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas pelayanan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa *Flink event organizer*. Variabel penelitian mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat persepsi konsumen pada masing-masing dimensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan *Flink event organizer* yang mencakup lima dimensi, berada dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa *Flink event organizer* telah memberikan layanan yang telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Flink event organizer*

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer perceptions of the service quality of Flink event organizer in the city of Semarang. Service quality is one of the main factors in creating customer satisfaction. Consumer perceptions of service quality are formed through direct experiences in using the services and serve as an important indicator in evaluating aspects of the service that still need improvement by the company. Therefore, understanding consumer perceptions is crucial in developing effective marketing strategies, building and maintaining a positive company image, and serving as a basis for continuous service quality improvement efforts.

This research employs a descriptive method. Data collection was conducted by distributing questionnaires to respondents who have previously used the services of Flink event organizer. The research variables include five dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The data obtained were analyzed using descriptive analysis to determine the consumer perception level in each dimension.

The study's results show that consumer perceptions of Flink event organizer's service quality, covering all five dimensions, fall into the "very good" category. This indicates that Flink event organizer has provided services that meet or even exceed customer expectations.

Keywords : Consumer Perception, Service Quality, Flink event organizer