

Evaluasi Efektifitas Acara Pertunjukan sebagai Alat Promosi untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Angkringan Nusantara

Kadek Aldi Mahesa Karisma Putra¹, Indriyani², Paula Dewanti³

Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Bali, Indonesia

e-mail: ¹karismaputra1374@gmail.com, ²indriyani@stikom-bali.ac.id, ³paula_dewanti@stikom-bali.ac.id

Correspondence : paula_dewanti@stikom-bali.ac.id

Diajukan: 15 Agustus 2024; Direvisi: 29 Agustus 2024; Diterima: 30 Agustus 2024

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi dampak acara pertunjukan, khususnya live music dan undian berhadiah, sebagai alat promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada pembukaan Angkringan Nusantara. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 67 pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa live music dan undian berhadiah memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai total masing-masing 306 dan 308. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa acara pertunjukan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada acara pembukaan Angkringan Nusantara. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi pengusaha angkringan untuk meningkatkan strategi promosi mereka dan memperkuat daya tarik acara pertunjukan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis kuliner.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, live music, undian berhadiah, promosi, Angkringan Nusantara..

Abstract

This study evaluates the impact of entertainment events, particularly live music and prize draws, as promotional tools to enhance customer satisfaction during the opening of Angkringan Nusantara. The research method employs a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to 67 visitors. The results show that live music and prize draws have a positive impact on customer satisfaction, with total scores of 306 and 308, respectively. The conclusion of this study indicates that entertainment events play a significant role in enhancing customer satisfaction at the opening event of Angkringan Nusantara. These findings provide practical guidance for angkringan entrepreneurs to improve their promotional strategies and enhance the appeal of entertainment events to maximize customer satisfaction in the culinary business context.

Keywords: customer satisfaction, live music, prize draws, promotion, Angkringan Nusantara.

1. Pendahuluan

Dalam bisnis kuliner yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan kesuksesan. Fasilitas dan lokasi berperan penting dalam menciptakan kepuasan, namun hiburan seperti *Live Music* dan Undian Berhadiah juga berkontribusi signifikan [1]. *Live Music*, menciptakan suasana hidup dan menyenangkan, yang menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka [2]. Selain itu, acara pertunjukan seni mampu memperkaya pengalaman pelanggan [3]. Undian Berhadiah juga merupakan strategi promosi efektif yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan [4], terutama dengan memberikan hadiah menarik melalui undian.

Kepuasan pelanggan, merupakan evaluasi positif yang melibatkan berbagai faktor seperti kualitas produk, harga yang wajar, dan pelayanan yang responsif [5]. Dalam konteks kuliner, kombinasi antara makanan berkualitas dan hiburan seperti *Live Music* serta Undian Berhadiah mampu menciptakan suasana positif yang meningkatkan kepuasan pelanggan [6]. Hiburan semacam ini tidak hanya membuat pelanggan puas, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Memahami dampak hiburan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif [7], yang membantu menggambarkan data tanpa membuat generalisasi. Validitas dan reliabilitas data diuji menggunakan aplikasi SPSS, guna memastikan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan [8]. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung Angkringan Nusantara, dengan sampel yang diambil menggunakan teknik *proportional simple random sampling* berdasarkan rumus Slovin untuk memastikan representativitas [9].

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana hiburan seperti *Live Music* dan Undian Berhadiah memengaruhi kepuasan pelanggan, serta membantu pemilik bisnis kuliner merancang strategi promosi yang lebih efektif. Kombinasi antara hiburan dan promosi ini dapat menjadi alat yang kuat untuk menciptakan pengalaman kuliner yang lebih memuaskan dan berkesan bagi pelanggan.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, kami akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengevaluasi efektifitas acara pertunjukan sebagai alat promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Angkringan Nusantara. Peneliti akan mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Angkringan Nusantara.

Kontribusi Baru

Penelitian ini akan memberikan kontribusi baru pada penelitian sebelumnya dengan mengevaluasi efektifitas acara pertunjukan sebagai alat promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Angkringan Nusantara. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengusaha angkringan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana suatu indikator dianggap valid atau tidak. Prosedur untuk melakukan uji validitas ini melibatkan korelasi antara skor menggunakan koefisien Pearson dengan nilai kritis yang ditetapkan sebelumnya. Dalam kasus ini, nilai kritis (r kritis) diatur sebesar 0,240. Ketika koefisien korelasi (r -hitung) lebih besar dari nilai kritis dan memiliki nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut valid. Dalam konteks penelitian ini, hasil uji validitas menggunakan Program SPSS versi 23 menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan pada semua instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Hal ini ditegaskan oleh nilai koefisien korelasi (r -hitung) yang lebih besar dari nilai r kritis, yaitu 0,240. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini dianggap valid karena koefisien korelasinya lebih besar dari batas kritis yang ditetapkan. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dapat memperoleh informasi yang akurat dan dapat diandalkan dalam mengukur faktor yang mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan dalam konteks penelitian ini.

Tabel 1. Uji validitas faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pernyataan	Nilai Perindikator	Standarisasi	Keterangan
Fasilitas	0.711	0.240	VALID
Pelayanan	0.738	0.240	VALID
Harga	0.746	0.240	VALID
Makanan	0.694	0.240	VALID
Minuman	0.720	0.240	VALID
<i>Live Music</i>	0.642	0.240	VALID
Undian Berhadiah	0.641	0.240	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan Program SPSS versi 23, faktor yang mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan pada seluruh instrumen yang digunakan dapat dianggap valid karena nilai yang diperoleh melebihi angka 0.240. Hasil ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk mengukur konsep yang terkait dengan Kepuasan Pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, fokus tertuju pada dua aspek, yaitu *live music* dan undian berhadiah, sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil validitas ini dapat memberikan dukungan kuat terhadap relevansi dan keakuratan instrumen dalam mengukur kepuasan pelanggan terutama dalam kaitannya dengan pengalaman terkait *live music* dan peluang memenangkan undian hadiah.

3.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen pengukuran konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur suatu konsep atau variabel. Reliabilitas mengukur tingkat ketepatan dan konsistensi instrumen dalam memberikan hasil yang seragam jika diulang pada waktu yang berbeda namun dalam kondisi yang sama.

Tabel 2. Uji reliabilitas faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item's</i>
0.821	7

Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.821 dari tabel diatas, dapat diartikan bahwa faktor yang mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Hal ini disimpulkan karena nilai *Cronbach Alpha* melebihi batas standar yang umumnya digunakan, yaitu 0.600. Dengan nilai 0.821, dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi untuk mengukur konsep kepuasan pelanggan.

3.3. Data Kuisisioner

Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuisisioner dengan metode pemberian nilai (5 untuk "Sangat Puas", 4 untuk "Puas", 3 untuk "Cukup", 2 untuk "Tidak Puas", dan 1 untuk "Sangat Tidak Puas"), terfokus pada *live music* dan undian berhadiah. Maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Total nilai kepuasan pelanggan terhadap *live music*.

Nilai	Jumlah	Total Nilai
5	38	190
4	29	116
3	0	0
2	0	0
1	0	0
	67	306

Tabel 4. Total nilai kepuasan pelanggan terhadap undian berhadiah.

Nilai	Jumlah	Total Nilai
5	40	200
4	27	108
3	0	0
2	0	0
1	0	0
	67	308

Untuk menilai apakah faktor-faktor tersebut cenderung berpengaruh positif (puas) atau negatif (tidak puas) terhadap kepuasan pelanggan, digunakan batas nilai 201. Jika total nilai suatu indikator > 201, maka dianggap memiliki pengaruh positif, sedangkan jika total nilai < 201, dianggap memiliki pengaruh negatif. Poin 201 didapatkan dari rata-rata antara total nilai maksimal dan minimal.

Berdasarkan hasil, dapat disimpulkan bahwa *live music* dan undian berhadiah memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan total nilai masing-masing 306 dan 308 yang melebihi batas nilai 201. Kesimpulan ini mengindikasikan bahwa *live music* dan undian berhadiah berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan pada acara pembukaan Angkringan Nusantara.

4. Kesimpulan

Permasalahan yang dihadapi oleh angkringan adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran acara, seperti *live music* dan undian berhadiah, memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat keandalan dan reliabilitas yang memadai untuk mengukur konsep kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran acara seperti *live music* dan undian berhadiah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan pada angkringan.

Oleh karena itu, angkringan dapat mempertimbangkan untuk menggunakan strategi pemasaran acara seperti ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Rencana penelitian berikutnya:

1. Meningkatkan jumlah responden dan variasi lokasi penelitian untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.
2. Menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas makanan dan pelayanan, untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian.
3. Menganalisis dampak pemasaran acara pada penjualan dan keuntungan angkringan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
4. Mengembangkan model pemasaran acara yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan pada angkringan.

Daftar Pustaka**Jurnal:**

- [1] Tohirin, A. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. p. 2.
- [2] Harya P, H. (2021, Agustus 16). Pengaruh Fasilitas Live Music Di Kafe Terhadap Atensi Pelanggan. Institut Repository Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- [3] Sanoppan, A. R., Kadir, E., & Sy, H. (2022, April 02). Pertunjukan Simuntu dan Tari Kreasi Karya Yeni Eliza dalam Sepekan Kesenian Tradisi di Nagari Andaleh Baruh Bukik. Bercadik Journal Pengkajian dan Penciptaan Seni.
- [4] Hati, P. K. (2023, Mei 11). Pengaruh Fitur Live Streaming dan Pemberian Hadiah Gratis terhadap Kepuasan Pelanggan pada Media Sosial TikTok (Studi pada Pelanggan Scentedcandles Bogor). Repository Universitas.
- [5] Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen.
- [6] Jayusman, I., & Shavab, O. A. (2020, April 30). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. Jurnal Artefak, p. 13.
- [7] Sutisna, I. (2020, Maret). Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif Statistika Penelitian.
- [8] Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- [9] Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023, Juli 1). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. IHSAN Jurnal Pendidikan Islam.