

The Influence of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction at the Mecimapro Concert Organizer

By Sekar Putri Hanum

Abstract

Mecimapro is an event organizer company that has been operating since 2015. Recently, the name Mecimapro has gained public attention due to issues related to audience dissatisfaction with one of the concerts it organized. This study aims to examine, analyze, and empirically prove the effect of service quality and perceived value on customer satisfaction at concerts organized by Mecimapro. The study uses a sample of 105 respondents who attended the DAY6 3rd World Tour Forever Young in Jakarta concert held on May 3, 2025, at Gelora Bung Karno Stadium, Jakarta, selected using purposive sampling. This research employs a quantitative approach with primary data collected through questionnaires distributed via social media. The population of this study consists of all individuals who attended the concert. Data were collected using a Google Form questionnaire measured with a Likert scale. Data analysis techniques include descriptive analysis and inferential analysis using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software version 4.1.1.6. The results indicate that service quality and perceived value partially influence customer satisfaction. The findings of this study are expected to provide valuable insights for readers and business practitioners in making more effective strategic decisions to enhance customer satisfaction.

Keywords: *consumer behavior, customer satisfaction, mecimapro, perceived value, service quality*

Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Penyelenggara Konser Mecimapro

Oleh Sekar Putri Hanum

Abstrak

Mecimapro adalah salah satu perusahaan *event organizer* yang telah hadir sejak tahun 2015. Belakangan ini nama Mecimapro mencuat akibat munculnya isu kekecewaan salah satu konser yang diselenggarakan oleh Mecimapro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *service quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada penyelenggara konser Mecimapro. menggunakan sampel sebanyak 105 responden yang merupakan penonton konser Tur ke-3 DAY6 pada tanggal 3 Mei 2025 di Stadion Gelora Bung Karno Jakarta, yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Jenis data kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang didapatkan melalui kuesioner yang disebarakan melalui media sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang hadir pada konser *DAY6 3rd World Tour Forever Young in Jakarta*. Sampel penelitian berjumlah 105 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan sumber data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form yang disebarakan melalui media sosial dan diukur menggunakan skala *Likert*. Teknik analisis data meliputi analisis data deskriptif serta analisis inferensial menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality*, dan *perceived value* memengaruhi *customer satisfaction* secara parsial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan yang dapat berguna bagi pembaca dan pelaku bisnis untuk membuat keputusan strategis yang lebih efisien untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, mecimapro, perilaku konsumen, persepsi nilai