



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
PENYELENGGARA KONSER MECIMAPRO**

SKRIPSI

SEKAR PUTRI HANUM 2110111174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
PENYELENGGARA KONSER MECIMAPRO**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SEKAR PUTRI HANUM 2110111174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Sekar Putri Hanum

NIM : 2110111174

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 10 Oktober 2025

Yang menyatakan,

Handwritten signature of Sekar Putri Hanum.

Sekar Putri Hanum

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sekar Putri Hanum
NIM : 2110111174
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction Pada Penyelenggara Konser Mecimapro.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Sekar Putri Hanum)

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENYELENGGARA KONSER MECIMAPRO

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SEKAR PUTRI HANUM 2110111174

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM., CPM.

Ketua Penguji



Suharyati, S.E., M.M
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., MM
Dekan



Siti Hidayati, S.E., MM
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Desember 2025

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Sekar Putri Hanum

NIM : 2110111174

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION PADA PENYELENGGARA KONSER MECIMAPRO

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Utang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM, CPM	Ketua	
2	Suharyati, SE., MM	Anggota I	
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya-lah saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada Penyelenggara Konser Mecimapro**”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, sebagai Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
3. Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS, MBA, CWM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Ibu Anastasia Bernadin Dwi M, MM, CPM selaku ketua penguji, Ibu Suharyati, SE.MM selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan banyak arahan dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Keluarga tercinta, Bapak Idris, Ibu Titi, Mba Indira, dan Ica yang telah menjadi pendukung nomor satu saya selama proses menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman yang selalu mendukung saya, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu

Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa mengaruniakan rahmat dan hidayah-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Jakarta, 17 Desember 2025

Sekar Putri Hanum

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.4 <i>Service Quality</i>	15
2.1.5 <i>Perceived Value</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Model Penelitian	27
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1 Definisi Operasional.....	29
3.1.2 Pengukuran Variabel	30
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	33

3.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	33
3.4.2	Analisis Inferensial.....	34
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2	Deskripsi Data Penelitian	44
4.2.1	Deskripsi Data Responden	44
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	49
4.3	Analisis Data Inferensial	53
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
4.4	Uji Hipotesis dan Analisis.....	62
4.5	Pembahasan	63
4.5.1	Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction	63
4.5.2	Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Satisfaction	65
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Keterbatasan Penelitian	68
5.3	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 3. Bobot Pengukuran Skala Likert	32
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen.....	33
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	34
Tabel 6. Kriteria Pengukuran Reflektif.....	38
Tabel 7. Kriteria Pengukuran Struktural	39
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks.....	49
Tabel 9. Data Deskriptif Variabel Customer Satisfaction.....	50
Tabel 10. Data Deskriptif Variabel Service Quality	51
Tabel 11. Data Deskriptif Variabel Perceived Value.....	52
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Indikator	56
Tabel 13. Hasil Uji Internal Consistency Reliability	57
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Konvergen.....	58
Tabel 15. Hasil Uji HTMT.....	59
Tabel 16. Nilai VIF	60
Tabel 17. Nilai R-Square.....	61
Tabel 18. Hasil Uji Q-Square.....	61
Tabel 19. Hasil Uji Bootstrapping	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Berita Keluhan Penonton Konser DAY6	3
Gambar 2 Informasi Pengembalian Dana oleh Tiket.com	4
Gambar 3 Informasi terkait Seat Number dan Queue Number oleh Mecimapro ...	5
Gambar 4 Pengalaman Penggemar DAY6 di Hari-H Konser.....	7
Gambar 5 Model Penelitian	27
Gambar 6. Inner Model	35
Gambar 7. Outer Model	36
Gambar 8. Konstruksi Diagram	36
Gambar 9. Logo Mecimapro	42
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 14. Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Perolehan Kuesioner ...	48
Gambar 15. Model Pengukuran (Outer Model)	54
Gambar 16. Estimasi Ulang Model Pengukuran (Outer Model).....	55
Gambar 17. Model Struktural	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuesioner 105 Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Perhitungan Nilai Indeks
- Lampiran 6. Path Model SEM-PLS
- Lampiran 7. Output Analisis Data SmartPLS
- Lampiran 8. Nilai T-tabel
- Lampiran 9. Bukti Penyebaran Kuesioner