

KUALITAS PELAYANAN
TRADE EXPO INDONESIA 2021 DIGITAL EDITION

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV



Oleh:

AINA MARDIYAH

NIM : 201721872

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT
JURUSAN PERJALANAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2022

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

KUALITAS PELAYANAN

TRADE EXPO INDONESIA 2021 DIGITAL EDITION

NAMA : AINA MARDIYAH

NIM : 201721872

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT*

Pembimbing I

Pembimbing II

Indriyani Handyastuti, M.Sc., CHE.
MM.Par.

NIP. 19800121 200502 2 001



Bagus Githa Adhitya,

Bandung, 4 Oktober 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP. 19710506 199803 1 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, berkat bantuan dan dorongan dari semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini.

Maksud dan tujuan dari penulisan Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan Diploma IV program studi Manajemen Konvensi dan Event di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Penulis merasa bahwa dalam penyusunan Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan – kekurangan lainnya,

Adapun judul Proyek Akhir ini adalah “Kualitas Pelayanan Trade Expo Indonesia 2021 Digital Edition”. Maka dengan itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasihnya atas segala petunjuk, bimbingan, dan bantuannya kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Konvensi dan Event Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

5. Ibu Indriyani Handyastuti M.Sc., CHE. selaku Pembimbing ke 1 yang telah memberikan dukungan, arahan dan waktu kepada penulis.
6. Bapak Bagus Githa Adhitya, MM.Par. selaku Pembimbing ke 2 yang telah memberikan dukungan, arahan dan waktu kepada penulis.
7. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah membimbing dan memberikan materi perkuliahan kepada penulis.
8. Bapak Vibiadhi Swasti Pradana sebagai Vice General Manager PT Debindomulti Adhiswasti yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kedua Orang Tua penulis, Bapak Aman Sanusi dan Ibu Neneng Mulyatin yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan baik moril maupun materil kepada penulis.
10. Kakak – kakak dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
11. Rekan – rekan terbaik penulis, yang telah memberikan semangat dan selalu mendampingi dalam penyusunan Usulan Penelitian ini.
12. Seluruh rekan – rekan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, khususnya jurusan Perjalanan program studi Manajemen Konvensi dan Event yang telah memberikan saran dan kritik kepada penulis.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu selama ini.
14. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal kebaikan kepada pihak – pihak yang telah membantu

penulis dalam penyusunan Proyek Akhir ini dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Bandung, 7 Oktober 2021

Penulis,

Aina Mardiyah

ABSTRAK

Covid – 19 merupakan singkatan dari Coronavirus Disease 2019 yang merupakan penyakit menular yang terdeteksi di China pada akhir 2019. Penyakit ini telah menjadi Pandemi yang menyebabkan ancaman bagi kehidupan manusia secara global. Pandemi Covid – 19 telah melumpuhkan seluruh sektor industri di dunia termasuk juga di Indonesia. dampak pandemi Covid – 19 ini juga sangat terasa di Indonesia, hampir seluruh sektor industri bisnis mengalami kerugian. Salah satu industri yang terkena dampaknya yaitu Industri Event, dalam masa Pandemi ini Industri Event terpaksa membeku untuk beberapa waktu karena adanya peraturan untuk menjaga jarak dan tidak berpergian selama masa Pandemi Covid - 19. Penelitian ini dilakukan untuk melihat lebih dalam dampak yang terjadi akibat Pandemi Covid – 19 yang terjadi di Indonesia pada industri event, khususnya di PT Debindomulti Adhiswasti.

Kata kunci : Covid – 19, *Event*, Dampak

ABSTRACT

Covid – 19 stands for Coronavirus Disease 2019 which is a disease detected in China at the end of 2019. This disease has become a pandemic that causes threats to human life globally. The Covid – 19 pandemic has paralyzed all industrial sectors in the world including Indonesia. the impact of the Covid – 19 Pandemic was also felt in Indonesia, almost all business industry sectors suffered losses. One of the industries that was affected was the Event Industry, during this Pandemic the Event Industry had been frozen for some time due to regulations to maintain distance and not travel during the Covid – 19 Pandemic. This research was conducted to take a deeper look at the impact that occurred due to the Covid – 19 that occurred in Indonesia at Event Industry, especially at PT Debindomulti Adhiswasti.

Keyword : Covid – 19, Event, Impact

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	12
A. Latar Belakang Masalah.....	12
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian	20
D. Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
1. MICE.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pameran	Error! Bookmark not defined.
3. Karakteristik Bisnis	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Coronavirus Disease 2019</i>	Error! Bookmark not defined.
5. Dampak <i>CoronavirusbDisease 2019</i>	Error! Bookmark not defined.
6. Dampak <i>Coronavirus Disease 2019</i> Pada Industri <i>Event</i>	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Partisipan Dan Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Partisipan.....	Error! Bookmark not defined.
2. Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.

1.	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
2.	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
D.	Teknik Dan Alat Kumpul Data	Error! Bookmark not defined.
1.	Teknik Kumpul Data	Error! Bookmark not defined.
2.	Alat Kumpul Data	Error! Bookmark not defined.
E.	Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
F.	Rencana Pengujian Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
G.	Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
	LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penyelenggaraan Pameran Di Indonesia Oleh Anggota IECA_	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir_	29
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	46
Lampiran 2 Bukti Turn It In	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

MICE merupakan singkatan dari *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. Pengertian MICE menurut Kesrul (2004:3), MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition*. MICE di Indonesia berkembang secara pesat, di Indonesia terdapat 7 destinasi utama MICE yaitu, Jakarta, Bali, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Lombok.

Berkembangnya industri MICE, pada era globalisasi dan meningkatnya Revolusi Industri 4.0 yang didukung dengan kemajuan teknologi, pengetahuan, serta persaingan bisnis menimbulkan banyaknya berbagai acara seperti pertemuan atau perundingan baik skala nasional maupun internasional sehingga aspek MICE di Indonesia semakin berkembang. Menurut UFI (*The Global Association of the Exhibition Industry*), perkembangan industri pameran di Indonesia dapat dibuktikan dengan laporan data Indonesia *Congress and Convention Association (ICCA) Statistic 2019*, Indonesia berhasil menempati peringkat 41 dari 114 negara di dunia dengan jumlah penyelenggaraan pertemuan internasional sebanyak 95 pertemuan dan dihadiri oleh 37.874 pengunjung. Selain itu, dapat dilihat dari perkembangan pameran di Indonesia data Indonesia *Exhibition Companies Association (IECA)* yaitu sebagai berikut.

TABEL 1.1
JUMLAH PENYELENGGARAAN PAMERAN DI INDONESIA OLEH
ANGGOTA IECA

Tahun	Jumlah Pameran yang telah terselenggara
2020	17
2019	268
2018	331
2017	367
2016	321

Sumber: IECA (2020)

Kesuksesan penyelenggaraan sebuah pameran sangat tergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara. *Professional Exhibition Officer* (PEO) harus memberikan pelayanan yang terbaik sehingga para peserta pameran dan pengunjung pameran dapat memperoleh kepuasan karena hal tersebut sangat penting untuk keberlanjutan bisnis PEO. Wyekof (Arief,2007:118) mengungkapkan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (Arief,2007:118), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Berdasarkan definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau

penyelenggara jasa dengan keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan sangat berdampak positif terhadap keuntungan bagi perusahaan. Para pelanggan yang puas merupakan pondasi dalam kesuksesan bisnis sebuah perusahaan karena akan menciptakan *brand loyalty* dan membantu perusahaan untuk melakukan promosi, dengan ini maka hal yang terpenting bagi sebuah perusahaan adalah mengukur kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini salah satu pembahasannya mengacu kepada metode *SERVQUAL* yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu kegiatan atau jasa. Gummesson (1979) berpendapat bahwa konsep dari kualitas layanan berhubungan langsung dengan persepsi dan kepercayaan. Dengan demikian kualitas layanan biasanya dipahami sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Skala *SERVQUAL* yang terkenal dikembangkan oleh Parasuraman et al (2013) bertujuan untuk menyediakan instrumen umum untuk mengukur kualitas layanan di berbagai kategori layanan. Instrumen *SERVQUAL* yang banyak digunakan terdiri dari; *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance (TERRA)* yang dijabarkan sebagai berikut:

- *Tangible* (berwujud) adalah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang digunakan. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang

diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan konsumen yang terlalu tinggi.

- *Empathy* (empati) adalah kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi ini ialah membuat konsumen merasa special dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

- *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan dalam memberikan jasa yang telah dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji mengenai penyediaan (produk atau jasa yang ditawarkan), penyelesaian masalah dan harga yang diberikan.

- *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kesadaran dan keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

- *Assurance* (kepastian) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan diri.

Memasuki pengawal tahun 2020, terjadi sebuah fenomena yang menggemparkan Indonesia yaitu dengan munculnya wabah penyakit *Coronavirus Disease 19* yang membuat perubahan dalam lapisan kehidupan di dunia. Virus ini pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019 dan ditetapkan sebagai Pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Virus ini cukup berbahaya, diduga menyebar diantara perkumpulan orang terutama melalui percikan pernapasan

(*droplet*) yang dihasilkan sewaktu batuk atau bersin atau berbicara. Selain itu, virus ini juga dapat menyebar akibat menyentuh permukaan benda yang sudah terkontaminasi dan kemudian menyentuh bagian wajah seseorang.

Pada kondisi yang genting akibat munculnya *Covid-19* di Indonesia, Pemerintah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang tertera pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 yaitu, (Pasal 2 Ayat 1) dengan persetujuan Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan dalam bidang Kesehatan, pemerintah daerah dapat melakukan pembatasan sosial berskala besar atau pembatasan terhadap pergerakan orang dan barang dalam satu provinsi atau kabupaten atau kota tertentu. (Pasal 2 Ayat 2) Pembatasan Sosial Berskala Besar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada pertimbangan epidemiologis, besarnya ancaman, efektifitas, dukungan sumber daya, teknis operasional, pertimbangan politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. Dan tercantum dalam (Pasal 4 Ayat 1) Pembatasan Sosial Berskala Besar harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. libur sekolah dan tempat kerja, ;
- b. pembatasan kegiatan keagamaan; dan/atau,
- c. pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum

(PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR DALAM RANGKA PERCEPATAN, 2020).

Dengan adanya peraturan pemerintah mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), masyarakat menjadi terbatas akan ruang gerakannya. Masyarakat dihimbau untuk melakukan aktivitas dari dalam rumah, dan mengurangi berpergian. Banyak sektor yang terdampak, terutama Pariwisata.

Pariwisata dinilai sebagai sumber kontribusi kedua devisa terbesar bagi Indonesia. Semenjak masuknya *Covid-19* ke Indonesia, membuat sektor Pariwisata Indonesia menjadi menurun drastis. Seperti pada halnya tempat wisata atau perhotelan, jumlah pengunjung sangat jauh dibanding sebelum wabah virus ini. Banyak tempat wisata maupun hotel yang dengan terpaksa harus menutup usahanya karena keadaan yang tidak memungkinkan ini. PSBB ini juga berdampak pada dunia *Event*, *Deputy Chair ICCA Indonesia Committee & Official Venue*, Ralph Schuenemann, menyampaikan jika selama masa Pandemi sebanyak 50 persen *event* dibatalkan dan di-*reschedule* yang tercatat di ICCA Indonesia. Hal ini berdampak juga pada *venue* beberapa yang harus memutar otak untuk tetap memberikan fasilitas akomodasi yang baik.

Akibat dari adanya Pandemi *Covid – 19* sejumlah pemilik usaha *event organizer* dan *venue* mengalami penurunan yang sangat drastis, tidak jarang banyak perusahaan *event organizer* mulai dari yang skala kecil hingga besar terpaksa untuk gulung tikar karena membekunya industri *event*. *Indonesia Professional Organizer Society (IPOS)* melakukan survei terhadap 112 *event organizer* yang tersebar di 17 provinsi, hampir separuhnya berasal dari DKI Jakarta. IPOS menemukan ada 96 persen *event organizer* yang mengalami penundaan atau pembatalan acara terkait wabah *Covid – 19*. Masing – masing *event organizer* kehilangan potensi pemasukan antara 2,2 miliar hingga 5,6 miliar rupiah. Dari angka tersebut kemudian dihitung estimasi kehilangan pemasukan industri event di skala nasional.

Dengan adanya Fenomena Pandemi *Covid-19* yang juga berdampak langsung dalam dunia *event* maka penulis menjadikan PT Debindomulti Adhiswasti sebagai lokasi penelitian yang membahas mengenai Kualitas

Pelayanan *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*. Latar belakang diambilnya PT Debindomulti Adhiswasti ini karena merupakan salah satu pihak penyelenggara *event* yang sudah bergabung dalam dunia MICE sejak lama dan telah memiliki pengalaman yang sangat banyak selain itu Menurut (Zhang, 2014) pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology (ICT)* dan internet telah merambah dalam berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali dalam bidang bisnis dan perdagangan dan berkembang dalam bidang *event*. Pada saat Pandemi Covid-19 melanda Indonesia, PT Debindomulti Adhiswasti berada di kondisi yang tidak stabil. Dampak Pandemi Covid-19 dapat terlihat dari perubahan sistem perencanaan *event*, yang semula berjalan dengan tatap muka atau offline, kini menjadi daring atau virtual.

Sebelum adanya pandemi, *event virtual* hanya dianggap sebagai penunjang dari adanya sebuah *event* fisik (*offline*) karena mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan *event virtual* memungkinkan pengunjung dari luar negeri/global untuk mengakses *event* tersebut. Namun untuk saat ini *event virtual* dapat menjadi solusi yang di prioritaskan apabila akan melaksanakan sebuah *event* mengingat situasi dan kondisi yang belum terlalu memungkinkan bila diselenggarakan secara *offline*.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui kualitas pelayanan *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition* diselenggarakan oleh PT. Debindomulti Adhiswasti yang sudah kedua kalinya diselenggarakan, dengan tema sebelumnya yaitu *Trade Expo Indonesia 2021 - Virtual Exhibition* yang dinilai sukses diselenggarakan secara *online*, maka dari itu penulis ingin melihat apakah *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition* ini berhasil seperti

sebelumnya atau tidak yang ditinjau menggunakan sepuluh aspek menurut Hongxiu Li dan Reima Suomi (2008) dalam jurnal *Dimensions of E-service Quality: An Alternative Model* dengan judul “**Kualitas Pelayanan Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition**”

Dalam penelitian ini *event* dilakukan dengan sistem *virtual* maka dari itu metode *SERVQUAL* difokuskan lagi menjadi *E - Service Quality* untuk dapat mengukur dengan tepat. *E – Service Quality* merupakan metode yang digunakan dalam sebuah penyediaan jasa atau acara secara *online* atau *virtual*.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, peneliti menemukan rumusan masalah yaitu bagaimana kualitas pelayanan dari *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*, dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Website Design* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Reliability* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Responsiveness* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
4. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Security* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?

5. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Fulfillment* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
6. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Personalization* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
7. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Information* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?
8. Bagaimana Kualitas Pelayanan dalam aspek *Services Provider's Perspective* dimensi *Empathy* pada *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition*?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini yaitu sebagai persyaratan wajib dari akademik untuk penyusunan Proyek Akhir pada semester 8 program diploma IV jurusan perjalanan, program studi Manajemen Konvensi dan *Event* Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan penulisan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan dari *Trade Expo Indonesia 2021 - Digital Edition* yang diselenggarakan oleh PT. Debindomulti Adhiswasti.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Pada penelitian ini peneliti diharapkan dapat menambah wawasan maupun pengetahuan dalam bidang pameran dan kualitas pelayanan dalam *event* yang diselenggarakan oleh PT. Debindomulti Adhiswasti.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan masukan kepada pihak PT. Debindomulti Adhiswasti untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap *event* yang diselenggarakan