

ABSTRAK

Berkembangnya industri *event organizer* outbound melalui program pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia saat ini membuat perusahaan/*provider* outbound berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang dapat menarik minat beli konsumen. Salah satu *event organizer* yang sudah berpengalaman adalah Bee Human Resources Training and Consultant (Bee Outbound) Bogor. Berkembangnya bisnis ini tidak terlepas dari atribut kualitas pelayanan *event organizer* yang dapat dirasakan oleh konsumen/peserta yang mengikuti kegiatan outbound. Dimana dalam kegiatannya peserta akan dilatih sesuai dengan program yang dibutuhkan oleh perusahaan yang diharapkan dapat menciptakan sumber daya manusia yang kompetitif dalam mencapai visi pada sebuah perusahaan/organisasi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen/peserta yang mengikuti kegiatan outbound dan bagaimana dampak dari kualitas pelayanan yang ditimbulkan apakah konsumen merasa puas/tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal tersebut akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa *event organizer* dan apakah terdapat faktor-faktor yang dapat menciptakan pembelian ulang pada keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 4 perusahaan/organisasi yang masing-masing terdiri dari 25 orang dan keseluruhan terdapat 100 responden yang merupakan sampel pelanggan Bee Outbound. Penelitian ini menggunakan indeks kepuasan konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA)

Diperoleh hasil penelitian kinerja perusahaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dianggap sesuai karena memiliki persentase 68,40%. Harapan pelanggan terhadap kinerja kualitas pelayanan dianggap penting karena memiliki persentase 82,61%. Berdasarkan analisis tingkat kepuasan penilaian pelanggan dalam kategori cukup baik karena memiliki nilai sebesar 82.79 dan terdapat faktor-faktor pembelian ulang sebesar 81.00%. Pada *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 17 atribut yang harus ditingkatkan dan diimplementasikan

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pembelian Ulang.