

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan salah satu momen penting dalam kehidupan seseorang yang membutuhkan perencanaan matang agar semua rangkaian acara dapat berjalan lancar. Kompleksitas persiapan seperti pemilihan dekorasi, tata rias, dokumentasi, hingga koordinasi vendor menjadi tantangan tersendiri bagi calon pengantin, khususnya dari kalangan menengah ke bawah yang memiliki keterbatasan waktu, pengalaman, maupun sumber daya. Untuk mengatasi tantangan ini, banyak calon pengantin memilih menggunakan jasa *Wedding Organizer* (WO) sebagai penyedia layanan profesional yang membantu merencanakan, mengorganisir, serta menjalankan acara pernikahan secara menyeluruh. Hal ini memungkinkan pasangan untuk fokus pada aspek emosional pernikahan, sementara pengelolaan teknis ditangani oleh tim ahli.

Layanan jasa penyelenggara pernikahan ini mulai menjadi lahan industri bisnis baru di era tahun 1920-an di USA, kemudian mulai merambah ke kawasan Eropa dan negara-negara lain, salah satunya yaitu Indonesia (Howard, 2006). *Wedding Organizer* juga merupakan bagian integral dari industri kreatif, karena jasa yang ditawarkan mencakup elemen kreatif dalam desain acara, dekorasi tematik, tata rias pengantin, hingga pengaturan alur acara yang menarik. Keberadaan WO tidak hanya membantu calon pengantin tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha kreatif di bidang jasa pernikahan untuk berkembang. Menurut Rizkiana et al (2023), menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa *Wedding Organizer*, karena konsumen menilai layanan berdasarkan kesesuaian antara ekspektasi yang dibangun melalui promosi dan pengalaman yang diterima saat layanan dijalankan.

Strategi promosi digital melalui media sosial saat ini menjadi kunci penting dalam pemasaran jasa *Wedding Organizer*. Promosi melalui platform seperti Instagram dan TikTok memudahkan penyedia jasa untuk menjangkau calon konsumen yang aktif mencari referensi online. Menurut Hadi et al (2025), kualitas pelayanan dan promosi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa *Wedding Organizer*, terutama karena media digital dapat menampilkan portofolio acara, paket layanan, dan testimoni pelanggan secara lebih informatif.

Dampak pandemi Covid-19 juga turut memengaruhi perkembangan jasa *Wedding Organizer* di Indonesia, termasuk di Kota Padang. Selama masa pembatasan, banyak pasangan menunda resepsi pernikahan, namun setelah pelonggaran kebijakan sosial, permintaan terhadap layanan WO kembali meningkat secara signifikan. Situasi ini membuka peluang bagi *Wedding Organizer* untuk menerapkan strategi layanan yang lebih efektif dan efisien, terutama bagi konsumen dari kelas menengah ke bawah yang tetap menginginkan pengalaman pernikahan yang terorganisir namun dengan biaya yang terjangkau. Shifa et al (2025) menekankan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen pada jasa wedding planner, sehingga aspek ini menjadi fokus utama dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Berikut adalah daftar beberapa *Wedding Organizer* yang aktif beroperasi di Kota Padang dan menjadi pilihan bagi pasangan yang membutuhkan jasa pernikahan yang terjangkau dan profesional:

Tabel 1. 1 Daftar Beberapa WO yang Aktif Beroperasi di Kota Padang

No.	Nama Wedding Organizer
1.	Mayffa Wedding Organizer
2.	Arunika Wedding Organizer
3.	OW Wedding Project
4.	Luzie Wedding
5.	Rumah Gadang Indonesia

6.	Beeya Wedding
7.	Denata Wedding Organizer
8.	Wedding Organizer Bintang Pesta Padang
9.	Minang Organizer
10.	RK Project
11.	Sahati Wedding Organizer

Sumber: Wedding Expo 2025

Persaingan antar *Wedding Organizer* di Kota Padang memacu penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas layanan agar mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Kualitas layanan yang baik mencakup responsivitas tim dalam berkomunikasi, koordinasi vendor yang profesional, serta kemampuan penyesuaian konsep acara sesuai keinginan klien. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya kualitas layanan dalam mempengaruhi pengalaman dan kepuasan konsumen pada jasa event planning (Deshpande, 2025).

Pada dasarnya *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang adalah *Wedding Organizer* yang mengonsep pernikahan adat Minangkabau, seperti akad nikah, babako, dan resepsi. Namun tidak tertutup kemungkinan bagi *Wedding Organizer* ini untuk mengurus resepsi pernikahan seluruh adat istiadat di nusantara. Berdasarkan hasil wawancara pengalaman dari tiga konsumen pengguna jasa *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang, konsumen secara umum menyatakan kepuasan terhadap layanan yang diterima. Konsumen pertama menyampaikan bahwa tim *Wedding Organizer* membantu mengatur seluruh rangkaian acara dengan efektif sehingga acara berlangsung tertata dan lancar. Konsumen kedua menilai bahwa komunikasi antara tim *Wedding Organizer* dan klien sangat responsif, memudahkan penyesuaian konsep acara sesuai keinginan mereka. Sementara itu, konsumen ketiga mengapresiasi profesionalisme tim serta koordinasi dengan vendor yang menjadikan acara berjalan sesuai rencana tanpa hambatan. Untuk memberi gambaran perbandingan layanan pada rentang harga dan cakupan fasilitas, berikut disajikan paket harga beberapa *Wedding Organizer* yang aktif beroperasi di Kota Padang:

Tabel 1. 2 Perbandingan Paket Harga Beberapa WO

No.	Nama Wedding Organizer	Start From
1.	Mayffa Wedding Organizer	Rp80.000.000
2.	Arunika Wedding Organizer	Rp80.000.000
3.	OW Wedding Project	Rp95.000.000
4.	Luzie Wedding	Rp85.000.000
5.	Rumah Gadang Indonesia	Rp95.000.000
6.	Beeya Wedding	Rp80.000.000
7.	Denata Wedding Organizer	Rp70.000.000
8.	Wedding Organizer Bintang Pesta Padang	Rp65.000.000
9.	Minang Organizer	Rp65.000.000
10.	RK Project	Rp65.000.000
11.	Sahati Wedding Organizer	Rp69.000.000

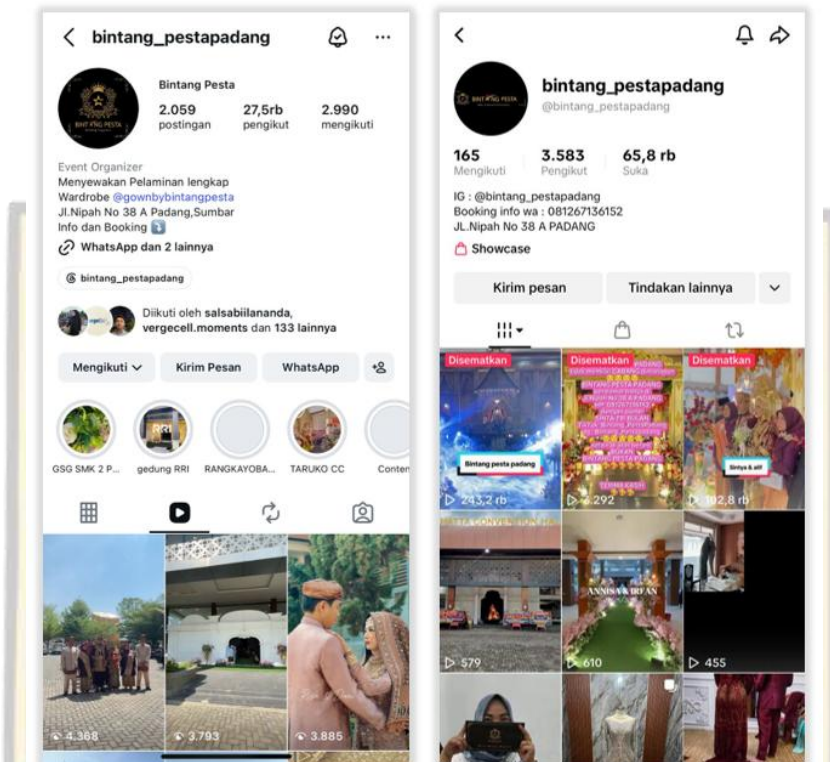
Sumber : Wedding Expo 2025

Berdasarkan tabel di atas, terlihat adanya variasi harga yang ditawarkan oleh masing-masing *Wedding Organizer* di Kota Padang. Perbedaan harga tersebut menunjukkan adanya strategi penetapan harga yang berbeda sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju. Dalam hal ini, *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang cenderung menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan beberapa kompetitor lainnya, yaitu mulai dari Rp65.000.000. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang lebih memfokuskan target pasarnya pada konsumen dari kalangan menengah ke bawah yang menginginkan layanan pernikahan dengan harga yang relatif terjangkau namun tetap memperhatikan kualitas layanan. Oleh karena itu, peneliti memilih *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang sebagai objek penelitian karena dinilai memiliki karakteristik pasar yang sesuai dengan fokus penelitian.

Di samping strategi penetapan harga, *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang juga memanfaatkan promosi digital melalui media sosial. Aktivitas promosi digital tersebut dapat dilihat dari akun media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran dan penyampaian informasi kepada konsumen. Akun Instagram *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang memiliki jumlah pengikut

sebanyak 27,5 ribu followers, sedangkan akun TikTok memiliki sebanyak 3.583 followers.

Gambar 1. 1 Instagram dan TikTok Wedding Organizer



Sumber : Media Sosial Bintang Pesta Padang, 2026

Jumlah pengikut tersebut menunjukkan bahwa *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi digital untuk menjangkau calon konsumen. Melalui media sosial, *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang menampilkan berbagai konten seperti dokumentasi acara pernikahan, dekorasi, testimoni pelanggan, hingga informasi paket layanan yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi digital menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, harga, promosi digital, dan kualitas layanan menjadi aspek penting yang memengaruhi kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang. Harga yang terjangkau, promosi digital yang

aktif, serta kualitas layanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul ***“PENGARUH HARGA, PROMOSI DIGITAL DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WEDDING ORGANIZER BINTANG PESTA PADANG”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka ada beberapa rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang?
2. Bagaimana pengaruh promosi digital terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan judul dan informasi yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh promosi digital terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* Bintang Pesta Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh harga, promosi digital dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* bintang pesta padang.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi dalam penelitian serupa untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana pengaruh harga, promosi digital dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh harga, promosi digital dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *Wedding Organizer* bintang pesta padang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang konsep dasar penelitian, yaitu mengenai: Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian yang diuraikan secara singkat dengan bab-bab yang terdapat di dalam penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini menguraikan teori-teori dasar manajemen yang digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian. Menjelaskan macam-macam variabel beserta dimensi atau indikator sebagai alat dalam mengukur variabel tersebut berupa harga, promosi digital dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Dan juga bab ini berisikan penelitian terdahulu, kerangka konseptual. Bab ini juga menjelaskan mengenai hipotesis awal yang digunakan dan dikembangkan berdasarkan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, operasional variabel dan teknik analisis data.

