

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut market share dan *new market* melalui beragam cara dan inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang telah mereka hasilkan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut mampu tercapai. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan suatu perusahaan agar mendapatkan tempat di hati masyarakat, misalkan bagaimana sebuah perusahaan menetapkan harga yang kompetitif kepada konsumennya, melakukan promosi di media sosial, membangun reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen serta kualitas yang baik dan memuaskan dari jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa *wedding organizer* dengan alasan dan pertimbangan bisnis ini begitu memiliki peluang di masa seperti sekarang ini.

Pernikahan merupakan suatu proses acara yang membutuhkan persiapan yang total, terkadang baik calon pengantin maupun keluarga akan menghadapi kesulitan dalam proses perencanaan yang lama dengan waktu dan biaya yang terbatas, sehingga seringkali membutuhkan *wedding organizer* untuk membantu dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara dengan jadwal dan waktu yang ditentukan. Fungsi dari *wedding organizer* ini juga meningkat seiring perkembangan zaman karena perilaku manusia yang semakin hari semakin

berkembang. Perilaku konsumtif dari manusia menyebabkan bahwa mereka lebih menyukai sesuatu yang instan dan cepat. Untuk acara pernikahan dengan ratusan dan ribuan undangan, salah satu faktor pendukung keberhasilan jalannya sebuah acara adalah berkat kerja keras *wedding organizer*. Jadi, *wedding organizer* ialah perusahaan jasa yang membantu merencanakan segala hal terkait pernikahan, mulai dari kapan harus dilangsungkan pertemuan dengan keluarga, vendor, gladi bersih acara pernikahan, sampai acara pernikahan itu berlangsung.

*Wedding Organizer* (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk acara pernikahan, baik dalam perencanaannya maupun pada saat hari pernikahan (Fithrati,2014). *Wedding organizer* mengelola *event* pernikahan dari mulai akad nikah, upacara adat, pelaminan, catering (bagian makanan), rias pengantin, dokumentasi dan lain-lain. Saat ini, *wedding organizer* sangat dibutuhkan, karena para calon pengantin maupun keluarga pengantin tidak perlu direpotkan dengan sedemikian rupa persiapan yang memakan tenaga dan waktu yang tidak sedikit. Dengan adanya *wedding organizer*, bisnis di bidang *wedding organizer* tentunya sangat menjanjikan sehingga banyak sekelompok orang dalam sebuah organisasi maupun perusahaan memilih untuk membuka usaha di bidang *wedding organizer* menuturkan bahwa *wedding organizer* hanyalah perantara antara klien dengan vendor yang konsumen inginkan maka *wedding organizer* adalah pihak yang tepat untuk membantu calon mempelai menentukan vendor yang sesuai dengan anggaran yang ada, tetapi mampu memberikan hasil yang memuaskan serta *wedding organizer* dapat membantu konsumen untuk mengatur seluruh kebutuhan untuk acara pernikahan seperti vendor yang bermutu dengan harga yang bersahabat.

Menurut Pangerapan (2015) dalam APJII, selama tahun 2014 menunjukkan pengguna *wedding organizer* naik menjadi 88,1 juta atau dengan kata lain penetrasi sebesar

34,9%. Konsumen tentunya harus memilih *wedding organizer* yang tepat dan sesuai dengan konsep acara yang diinginkan, maka dari itu sangat perlu untuk konsumen mengetahui informasi-informasi *wedding organizer* yang ada di Sumatra Barat salah satunya dengan cara dengan mengunjungi *website* atau sosial media milik *wedding organizer* tersebut. Membuka satu-persatu *website wedding organizer* yang ada di Kota Padang tentunya cukup sulit dan membutuhkan waktu yang cukup banyak, dan belum tentu informasi yang ada di *website* itu cocok dengan konsep yang kita inginkan mulai dari vendor dan *wedding organizer* itu sendiri, sedangkan para calon pengantin menginginkan referensi yang lengkap mengenai vendor-vendor yang ada di Kota Padang berikut dalam memakai *wedding organizer* yang paling baik serta cara yang cepat untuk mewujudkan pernikahan impian mereka.

Pembuatan konsep pernikahan secara matang dilakukan untuk mewujudkan pesta pernikahan menjadi moment indah yang tak terlupakan bagi konsumen, selain itu keinginan konsumen adalah memberikan yang terbaik untuk para undangannya sehingga konsumen dapat mempersiapkan dan mengatur acara pernikahannya agar terkonsep demi memuaskan tamu undangan. Selain itu tingkat kesibukan pekerjaan dari calon mempelai pengantin yang tinggi membuat konsumen kesulitan untuk mengatur perencanaan kebutuhan pra pernikahan sampai hari pernikahan tiba, dengan tingkat kesibukan yang tinggi mengakibatkan calon konsumen tidak memiliki cukup banyak waktu mempersiapkan detail yang dibutuhkan untuk melaksanakan acara pernikahan, sehingga kesulitan bagi konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan jasa bantuan tenaga dari keluarga dan teman terdekat demi membantu mempersiapkan hari bahagia tersebut.

Di Sumatra Barat, mayoritas pelayanan *wedding organizer* masih bersifat konvensional dan adanya keterbatasan dalam paket pernikahan dengan harga yang sudah ditentukan, sehingga diperlukan jasa *wedding organizer* yang mampu sebagai media yang memfasilitasi calon pengantin menemukan layanan jasa&produk sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

Perkembangan *wedding organizer* yang meningkat di Sumatra Barat, tidak terlepas dari *lifestyle* (gaya hidup) masyarakat yang semakin modern dan praktis, sehingga terjadi peningkatan permintaan kepada jasa *wedding organizer* dan suatu event akan berhasil dengan baik bila didukung oleh perusahaan yang profesional. *Brand prestige* juga merupakan variabel yang dapat menjadikan penunjang bagi konsumen untuk memutuskan pembelian atas suatu produk. Satria (2015) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup yang menggambarkan kegiatan, ketertarikan dan opini individu yang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Coulbourne (2017) menjelaskan bahwa generasi Z merupakan generasi dengan gaya hidup yang sangat sering mengabdikan waktunya dengan dunia online dan kegiatan menonton TV serta melakukan berbagai jenis hobi. Berdasarkan fakta terkait gaya hidup tersebut maka pihak pebisnis dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk lebih memaksimalkan operasi penjualan khususnya kegiatan promosi yang dilakukan agar lebih efektif pada generasi Z.

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Wedding Organizer di Sumatra Barat yang Ternama (Populer)**  
**Tahun 2021**

No	Nama Wedding Organizer
1	FWP
2	Red
3	<b>LUZIE Wedding</b>
4	Arunika
5	DeGlow
6	Filosofi
7	Mira MC
8	OW Padang
9	Pitjoy project
10	Aypro Organizer
11	Click
12	Bunda Wedding
13	Minang Organizer
14	Fairytale

*Sumber: Data Luzie Wedding*

LUZIE Wedding adalah wedding organizer berbasis di Sumatra Barat sejak 2015. Hingga saat ini, LUZIE telah menyelenggarakan 180+ acara, seperti pengajian, malam bainai, akad nikah, babako, dan resepsi. Pada dasarnya, Luzie wedding adalah *wedding organizer* yang mengonsep pernikahan adat Minangkabau. Namun tidak tertutup kemungkinan bagi wedding organizer ini untuk mengurus resepsi pernikahan seluruh adat istiadat di nusantara dan dunia. Hingga saat ini Luzie wedding telah melayani konsumen dari berbagai kota

Sumatra Barat, seperti Solok, Sawahlunto, Bukittinggi, Agam, Lima Puluh Kota dan Payakumbuh.

**Tabel 1. 2**

**Jumlah Konsumen LUZIE Wedding dari Tahun 2015-2021**

Triwulan	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	0	1	1	12	9	14	10
2	0	1	1	3	8	3	3
3	0	2	5	5	6	11	11
4	1	5	6	13	12	4	5

*Sumber: Data Luzie Wedding*

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa triwulan 1(Januari-Maret) pada tahun 2015 Luzie *wedding* tidak memiliki konsumen dan baru memiliki konsumen pertama kalinya pada triwulan ke 4 (Oktober-Desember) lebih tepatnya dibulan Oktober

*Stress No More* adalah positioning yang ditawarkan Luzie Wedding bagi semua calon pengantin di Indonesia. Bagi Luzie, resepsi pernikahan adalah momentum yang harus dimanfaatkan untuk berbagi kebahagiaan dengan orang tua, keluarga besar, dan tamu undangan. Faktor yang menyebabkan konsumen memilih untuk menggunakan wedding organizer sebagai alternatif mereka dalam melaksanakan acara pernikahan yaitu karena adanya perilaku konsumen yaitu sifat konsumtif konsumen yang lebih menyukai hal yang instan dan cepat. Hal ini menjadi *lifestyle* bagi masyarakat dalam menggunakan *wedding organizer* sebagai pilihan alternatif dalam menyelenggarakan resepsi pernikahan oleh sebagian orang,

sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana wedding organizer dapat membentuk citra yang baik bagi konsumen berkaitan dengan status sosial. Untuk merefleksikan *image* ini, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Selain itu keputusan menggunakan jasa dalam *wedding organizer* juga dipengaruhi oleh *brand prestige*. Keputusan tersebut diambil oleh konsumen karena gengsi yang tinggi pada zaman sekarang ini dan konsumen merasa bahwa apabila telah menggunakan *wedding organizer*, maka mereka merasa telah dimudahkan dalam acara pernikahan mereka. Maka dari itu, konsumen lebih memilih untuk menggunakan *wedding organizer* karena bersifat lebih membantu dan sebanding dengan harga yang telah ditawarkan serta mendapatkan nilai lebih setelah penggunaannya.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH LIFESTYLE DAN BRAND PRESTIGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEDDING ORGANIZER DI KOTA PADANG (STUDI PADA KONSUMEN LUZIE WEDDING)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, dapat diambil rumusan masalah diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan menggunakan jasa dalam menggunakan jasa *wedding organizer* di Sumatra Barat.

2. Bagaimana pengaruh *brand prestige* terhadap keputusan menggunakan jasa dalam menggunakan jasa *wedding organizer* di Sumatra Barat.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan dalam menggunakan jasa *wedding organizer* di Sumatra Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand prestige* terhadap keputusan dalam menggunakan jasa *wedding organizer* di Sumatra Barat.

### 1.4. Manfaat Penelitian

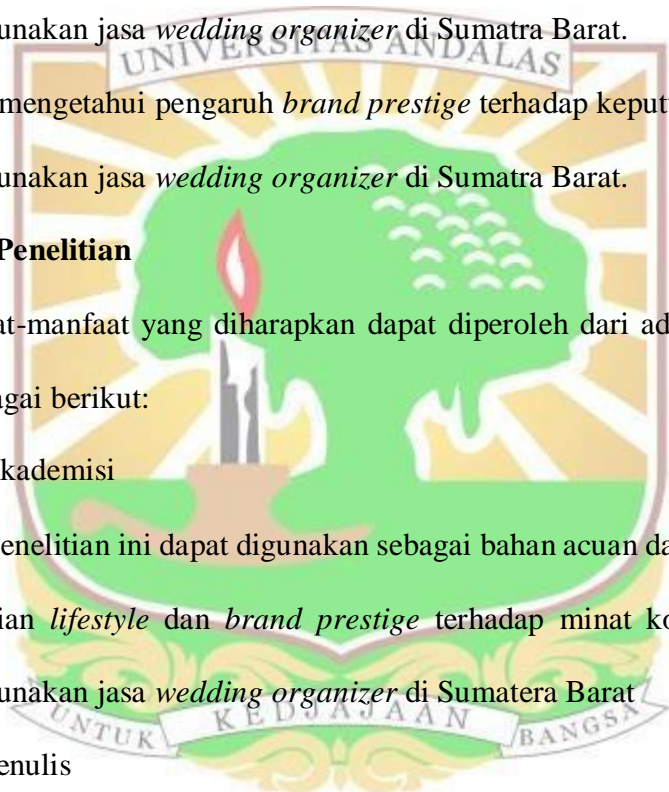
Manfaat-manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian *lifestyle* dan *brand prestige* terhadap minat konsumen dalam menggunakan jasa *wedding organizer* di Sumatera Barat

2. Bagi Penulis

Hasil dari Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan untuk penulis terutama tentang *lifestyle* dan *brand prestige wedding organizer* dan persepsi nilai terhadap suatu jasa.





## 1.5. Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari perluasan masalah pada penelitian ini, dan agar lebih terarah dan sistematis serta mencegah kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam penelitian ini, maka ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Ruang Lingkup Konseptual

Penelitian ini menggunakan teori *lifestyle* dan *brand prestige* pada *Luzie wedding*.

### 2. Ruang Lingkup Konseptual

Penelitian ini memilih *Luzie wedding* sebagai objek yang berlokasi di Kota Padang.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bagian ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Pada bab ini diuraikan secara rinci tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Pada bab ini juga menjelaskan tentang beberapa penelitian sebelumnya, serta terdapat tahapan pengolahandata.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dibahas tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, membahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, pengukuran variabel, serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

### **BAB: IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hasil penyebaran kuisioner penelitian dan responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

### **BAB: V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan implikasi dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

