

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata saat ini berkaitan dengan berbagai permasalahan dan erat kaitannya dengan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata (Sari & Maranisy, 2023) salah satunya adalah industri *event*. *Event* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk menyelenggarakan suatu pertemuan dengan tujuan memperoleh informasi atau mengadakan perayaan tertentu (Sari & Maranisy, 2023). Menurut (Noor, 2013) *Event* diadakan dengan tujuan khusus serta melibatkan partisipasi masyarakat pada waktu yang telah ditentukan. (Zulkarimein, 2021) *Event* tidaklah asing bagi manusia, hal ini sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, bahkan sebelum kelahiran mereka. Masih menurut (Noor, 2013) mendefinisikan *event* terbagi ke dalam empat kategori yang terdiri dari *leisure event*, *cultural event*, *organizational event*, *personal event*.

Personal event merupakan kegiatan yang melibatkan keluarga atau teman (Syarifa, 2018) . Salah satu contoh dari *Personal event* adalah upacara pernikahan. (Pahri Irawan, 2019) mengungkapkan bahwa Upacara Pernikahan adalah rangkaian upacara, tradisi, atau kegiatan yang diadakan sebagai bagian dari perayaan ikatan pernikahan antara dua individu yang akan menjadi pasangan suami istri. Upacara pernikahan bervariasi dari satu budaya ke budaya lainnya dan sering mencerminkan nilai, norma sosial, dan tradisi yang ada dalam masyarakat tersebut (Pahri Irawan, 2019).

Pada era modern ini, persiapan pernikahan semakin rumit dan terkadang membingungkan kedua mempelai. Oleh karena itu, *wedding organizer* hadir sebagai solusi untuk membantu mengkoordinasikan dan mengatur berbagai aspek dalam sebuah pernikahan. Namun, dalam memilih *wedding organizer* yang tepat, konsumen dihadapkan pada banyak pilihan. Mereka harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk budget, gaya pernikahan, kualitas pelayanan, citra vendor dan lainnya. Karena

penyelenggaraan pesta pernikahan yang sukses bukan diukur melalui berapa banyak tamu yang hadir, melainkan bagaimana baiknya penyelenggaraan pesta pernikahan tersebut (Risnayatu, 2022).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta orang pada tahun 2022 dan ada kenaikan jumlah penduduk ditahun 2023 sebanyak 278,69 Juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sekitar 190,25 juta orang atau sekitar 68,29% dari penduduk di Indonesia masih belum menikah. Dan hal di atas merupakan bukti bahwa jasa ini merupakan usaha yang memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan dibutuhkan dikemudian hari.

Salah satu penyedia jasa *wedding organizer* yang cukup dikenal adalah Purandewi *Catering*. Namun, dalam industri yang kompetitif ini, mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen menjadi tantangan tersendiri. Citra merek dan kualitas pelayanan seringkali menjadi dua faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer*. Citra merek yang baik dapat menimbulkan persepsi positif dan kepercayaan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Halim dkk., 2023). Namun, bagaimana kedua faktor ini mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Purandewi *Catering* sebagai penyedia jasa *wedding organizer* mereka masih perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan Purandewi *Catering* terhadap keputusan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Purandewi *Catering* dalam meningkatkan citra merek dan kualitas pelayanannya, serta membantu mereka dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Dengan tujuan ini, penulis melaksanakan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa *Wedding Organizer* “**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*?
2. Bagaimana Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*?
3. Mengapa Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara bersama sama dapat dikatakan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tentunya peneliti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Berikut Tujuan yang ingin Peneliti capai, sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*
- b. Mengidentifikasi bagaimana Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*
- c. Mengidentifikasi mengapa citra Merek dan Kualitas Pelayanan dapat dikatan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Purandewi *Catering*

2. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis. Adapun Kegunaan untuk Peneliti, akademis, perusahaan bersangkutan, dan masyarakat umum.

a. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti akan berperan sebagai penyumbang informasi yang penting dalam memperdalam pemahaman terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan pernikahan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan ilmiah peneliti, terutama dalam ranah event dan pemasaran.

b. Manfaat Bagi Akademis

Untuk menambah dan memperkaya hasil-hasil penelitian, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek dan kualitas layanan di jasa *wedding organizer*.

c. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi landasan pertimbangan bagi perusahaan *Wedding Organizer* dalam usaha meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen dengan memperkuat citra merek dan kualitas layanan mereka.

d. Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan Penelitian ini dapat menjadi rujukan atau sumber informasi bagi konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer* yang akan mereka gunakan.

