

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pernikahan ialah perihal yang di idamkan oleh seluruh orang, mewujudkan serta mempersiapkan pernikahan impian bukan perihal yang sangat susah, mempersiapkan pernikahan dapat menjadi hal yang sangat mengasyikkan. Tetapi, untuk calon mempelai yang sangat padat jadwal efeknya dapat bertolak belakang, ialah malah dilanda stress. Menyewa jasa wedding organizer dapat menjadi pilihan yang tepat. Salah satu faktor calon pengantin memakai jasa wedding organizer ialah: kurangi tekanan pikiran, manajemen waktu, memperhatikan semua hal secara detail. Jasa wedding organizer sangat menolong client dalam perihal pembayaran yang sesuai dengan budget calon pengantin. Oleh sebab itu wedding organizer hendak mengatur agenda untuk fitting pakaian pengantin, food testing, prewedding, serta lain- lain.

Oleh karena itu, jasa wedding organizer banyak dicari oleh calon mempelai pria dan wanita, dan keberadaannya dianggap sangat perlu untuk mewujudkan pernikahan impiannya, sehingga wedding organizer harus bersaing dengan mengembangkan strategi tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Langkah penting untuk meningkatkan jumlah client adalah dengan cara memperluas jangkauan pemasaran, untuk itu diperlukan strategi yang terencana untuk menawarkan produk atau jasa yang ada.

Lublyu Wedding Organizer merupakan suatu jasa yang memberikan kualitas pelayanan khusus secara pribadi yang bertujuan untuk membantu calon pengantin dan keluarga calon pengantin dari mulai perencanaan (planning) sampai tahap pelaksanaan yang berdiri sejak tahun 2003 dan leader Lublyu Wedding Organizer juga menjadi founder atau pendiri Hastana Indonesia atau Himpunan Perusahaan Penata Acara Pernikahan Indonesia. Sebagai koordinator Lublyu Wedding Organizer membantu Mengkoordinasikan semua pihak yang terlibat dalam pernikahan, mulai dari calon pengantin, keluarga, pemasok dan pengisi acara, master planning acara, dan membentuk tim profesional untuk mengatur seluruh proses acara mulai dari persiapan, gladi bersih hingga penutupan.

Lublyu Wedding Organizer telah berdiri sejak tahun 2003, tentunya telah memiliki persepsi harga atau biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Lublyu Wedding Organizer juga mampu menjaga eksistensi dan kepercayaan konsumen sehingga mampu bertahan dan bersaing di pasaran dalam jangka waktu yang cukup lama dan banyak konsumen yang memutuskan memakai jasa Lublyu Wedding Organizer di hari pernikahannya. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah konsumen yang sudah banyak. Berikut disajikan tabel yang menunjukkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer pada tahun 2019 – 2021, disini terlihat naik turunnya konsumen di setiap tahun.

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Lublyu Wedding Organizer Tahun 2019-2022

Bulan	Jumlah Event			
	2019	2020	2021	2022
Januari	6	4	1	5
Februari	3	1	3	4
Maret	4	-	2	3
April	-	2	3	3
Mei	-	-	1	1
Juni	1	-	-	3
Juli	3	1	1	6
Agustus	4	1	-	4
September	1	1	1	4
Oktober	1	1	2	3
November	1	1	1	3
Desember	-	1	-	5
TOTAL	24	13	15	44

Sumber : Lublyu Wedding Organizer (2022)

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa terjadinya fluktuasi pada data penjualan jasa Lublyu Wedding Organizer. Penurunan terjadi pada tahun 2019-2021. Fenomena ini menggambarkan permasalahan pada keputusan konsumen. Permasalahan pada keputusan konsumen untuk memakai jasa Lublyu Wedding Organizer dipengaruhi oleh persepsi harga, eksistensi dan kepercayaan merek.

Persepsi harga adalah pandangan atau persepsi tentang harga bagaimana pelanggan memandang harga eksklusif (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi efek yang kuat terhadap maksud membeli serta kepuasan membeli (G. Leon & Lazar L Kanuk, 2008). persepsi harga merupakan suatu pemikiran/penafsiran konsumen / pelanggan terhadap jumlah uang yang akan dipergunakan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan menggunakan nilai pengorbanan yang sesuai menggunakan apa yang didapatkan berasal dari produk atau jasa. Dalam pemasaran, persepsi harga salah satu faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, ketika pelanggan merasa puas akan produk atau jasa tersebut maka pelanggan akan berminat untuk membeli ulang patau jasa tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sukotjo (2010) menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini jika harga premi semakin murah dengan benefit yang menguntungkan maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen.

Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang penting dalam penentu eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus eksis jika rangsangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk dari suatu pasar mendapat respons yang positif dari pasar itu sendiri. Konsumen akan membentuk sebuah preferensi atas merek- merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek/jasa yang paling di minati dan berujung pada keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2009). Jadi eksistensi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan konsumen.

Kepercayaan terhadap suatu merek juga menjadi salah satu faktor dalam keputusan pembelian. Konsumen merasa nyaman dan percaya terhadap suatu

produk, serta tidak akan mudah meninggalkan atau mengganti produk merek lain. Oleh karena itu, branding juga berperan penting untuk menjadi identitas produk. Sebuah merek harus dapat meyakinkan konsumen bahwa merek tersebut benar-benar dapat dipercaya. Konsumen mempercayai merek karena interaksi mereka dengan merek menciptakan rasa aman, dan kepercayaan ini secara langsung akan mempengaruhi pembelian konsumen di masa depan terhadap produk yang sama (Christy, 2016; Octaviona, 2016; Yuliana & Suprihhadi, 2016). Oleh karena itu, kepercayaan merek memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen.

Dari uraian diatas menyatakan bahwa persepsi harga, eksistensi, dan kepercayaan merek merupakan salah satu faktor keputusan konsumen untuk menggunakan jasa kita, Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Harga, Eksistensi, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Lublyu Wedding Organizer”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh persepsi harga, eksistensi, dan kepercayaan merek terhadap keputusan konsumen Lublyu Wedding Organizer menunjukkan terdapat masalah yaitu terjadi penurunan penjualan jasa pada tahun 2019 - 2021. Maka penelitian ini mengajukan masalah penelitian bagaimana meningkatkan keputusan konsumen agar dapat meningkatkan keputusan konsumen:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer ?
2. Apakah eksistensi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer ?
3. Apakah Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menganalisis persepsi harga terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer
- b. Menganalisis eksistensi terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer
- c. Menganalisis kepercayaan merek terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Lublyu Wedding Organizer

2. Manfaat Penelitian

Setiap Kegiatan yang dilakukan hendaknya mempunyai manfaat bagi pihak yang melakukan maupun pihak yang lain. Adapun manfaat kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Adapun kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh persepsi harga, eksistensi, dan kepercayaan merek terhadap keputusan konsumen memakai jasa Lublyu Wedding Organizer.

2. Bagi Perguruan Tinggi atau Akademis

Agar dapat memperkaya dan memperbanyak penelitian mengenai pengaruh persepsi harga, eksistensi, dan kepercayaan merek terhadap keputusan konsumen memakai jasa Lublyu Wedding Organizer.