

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wedding Organizer adalah layanan profesional yang dirancang untuk membantu pasangan dalam merencanakan dan melaksanakan pernikahan mereka dengan lancar dan tanpa hambatan. Sejak akhir abad ke-20, *Wedding Organizer* telah menjadi semakin populer, terutama di kalangan pasangan yang sibuk dengan pekerjaan dan aktivitas sehari-hari. Di Indonesia, popularitas *Wedding Organizer* meningkat pesat pada tahun 2000-an seiring dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya harapan terhadap perayaan pernikahan yang sempurna. Layanan ini menjadi solusi bagi pasangan yang ingin menghemat waktu dan energi dalam mengurus semua detail pernikahan yang rumit.

Fungsi utama *Wedding Organizer* adalah membantu pasangan dalam setiap tahap perencanaan pernikahan, mulai dari konsep awal hingga pelaksanaan hari H. Mereka menyediakan berbagai layanan seperti perencanaan acara, pemilihan dan koordinasi dengan vendor, pengelolaan anggaran, penjadwalan, dan pelaksanaan hari H. *Wedding Organizer* bekerja sama dengan berbagai vendor seperti dekorator, katering, fotografer, dan penyedia hiburan untuk memastikan semua aspek pernikahan berjalan sesuai rencana. Selain itu, mereka juga memberikan konsultasi dan ide-ide kreatif untuk membantu pasangan mewujudkan konsep pernikahan yang unik dan personal.

Pentingnya peran *Wedding Organizer* tidak hanya terletak pada penghematan waktu dan energi, tetapi juga pada profesionalisme dan pengalaman yang mereka tawarkan. Dengan pengalaman yang luas dan jaringan vendor yang kuat, *Wedding Organizer* dapat mengatasi berbagai kendala yang mungkin muncul selama perencanaan dan pelaksanaan pernikahan. Mereka juga membantu pasangan mengelola stres yang sering kali muncul dalam proses perencanaan pernikahan, sehingga pasangan dapat menikmati hari istimewa mereka tanpa kekhawatiran. Kualitas layanan yang mereka berikan juga membantu meningkatkan kepuasan pasangan dan tamu undangan, menciptakan pengalaman pernikahan yang berkesan.

Pernikahan merupakan salah satu momen paling berharga dalam kehidupan setiap individu. Untuk menjadikan momen ini sempurna dan berkesan, banyak pasangan memutuskan untuk menggunakan jasa *Wedding organizer*. *Wedding Organizer* menyediakan berbagai layanan yang mencakup informasi terkait acara pernikahan, membantu merumuskan konsep pernikahan, serta memfasilitasi negosiasi dan koordinasi dengan tempat acara seperti gedung atau hotel, serta berbagai vendor seperti katering, dekorasi, fotografer, tata rias, grup musik, dan lain-lain. *Wedding Organizer* (WO) mengakomodasi keinginan klien yang memiliki anggaran tertentu dan berupaya mewujudkan tujuan mereka dengan menyelenggarakan serangkaian acara yang direncanakan.

Sekarang ini industri *Wedding Organizer* di kabupaten Madiun menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini dapat terlihat dari

banyaknya *Wedding Organizer* yang muncul sebagai pesaing bisnis setiap tahunnya. Fenomena ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku bisnis *Wedding organizer*. Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* merupakan suatu pelayanan jasa pernikahan yang terletak di Jalan Ahmad Yani No. 17A RT. 08 RW. 03, Desa Ngampel, Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun. Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* adalah salah satu WO yang dapat dikatakan sudah lama berdiri di wilayah Kabupaten Madiun yaitu selama tiga puluh empat tahun lamanya dimulai pada tahun 1990 sampai sekarang namun selama beberapa tahun terakhir permintaan atau omset tidak mengalami kenaikan bahkan mengalami penurunan omset. Dapat kita lihat pada tabel dibawah ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* mulai tahun 2007-2023.

Tabel 1.1 Data Konsumen dan omset pendapatan Griya Rias Sriwerdari 2007-2023

Tahun	Konsumen	Omset
2007	180	Rp 900.000.000
2008	185	Rp 925.000.000
2009	180	Rp 900.000.000
2010	175	Rp 875.000.000
2011	180	Rp 1.080.000.000
2012	175	Rp 1.050.000.000
2013	170	Rp 1.020.000.000
2014	170	Rp 1.020.000.000
2015	175	Rp 1.050.000.000
2016	160	Rp 990.000.000
2017	163	Rp 978.000.000
2018	150	Rp 900.000.000
2019	30	Rp 225.000.000
2020	-	Pandemi
2021	-	Pandemi
2022	20	Rp 100.000.000
2023	50	Rp 200.000.000

Sumber : Griya Rias Sriwerdari

Data diatas menjelaskan bahwa pada tahun 2007 yang menggunakan jasa Griya Sriwerdari *Wedding Organizer* sebanyak 180 dengan omset 900 juta, pada tahun 2008 mengalami kenaikan menjadi sebanyak 185 dengan omset 925 juta, Pada tahun 2009 mengalami penurunan menjadi 180 dengan omset 900 juta, pada tahun 2010 mengalami penurunan menjadi 175 dengan omset 875 juta, pada tahun 2011 Mengalami kenaikan menjadi sebanyak 180 dengan omset 1080m, pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 175 dengan omset 1050m, selanjutnya pada tahun 2013 mengalami penurunan sebanyak 170 dengan omset 1020m, pada tahun 2014 jumlahnya stabil yaitu 170 dengan omset 1020m, pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebanyak 175 dengan omset 1050m, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 160 dengan omset 990 juta, pada tahun 2017 mengalami penurunan lagi menjadi 163 dengan omset 978 juta, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 153 dengan omset 900 juta pada tahun 2019 mengalami penurunan cukup drastis menjadi sebanyak 30 dengan omset 225 juta. Penurunan tersebut disebabkan oleh persaingan yang ketat, perubahan preferensi konsumen, dan situasi global seperti pandemi COVID-19 mempengaruhi cara mereka beroperasi sehingga pada tahun 2022 mengalami penurunan yang cukup drastis hingga menjadi sebanyak 20 konsumen dengan omset yang juga menurun menjadi 100 juta dan pada tahun 2023 sebanyak 50 konsumen dengan omset yang juga menurun menjadi 200 juta.

Meskipun demikian, terdapat peluang besar bagi *Wedding Organizer* untuk terus berkembang dengan menawarkan layanan yang lebih personal dan

disesuaikan dengan kebutuhan klien. Mereka dapat memperluas layanan mereka dengan menawarkan konsultasi virtual dan solusi inovatif lainnya yang dapat membantu pasangan mewujudkan pernikahan impian mereka meskipun dalam kondisi yang tidak ideal.

Hasil wawancara dengan pemilik Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* serta data *event* dan omzet dari Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* mengungkapkan bahwa selama beberapa tahun terakhir (2007-2023). Perusahaan belum mencapai tingkat penjualan maksimal, dan permintaan cenderung tidak stabil. Pengamatan terhadap perusahaan menunjukkan bahwa volume penjualan Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* mengalami penurunan omzet selama periode tersebut. Situasi ini perlu mendapatkan perhatian dari manajemen untuk meningkatkan volume penjualan di masa mendatang.

Objek penelitian ini adalah perusahaan yang bernama Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* yang bergerak di bidang jasa yang menangani berbagai bidang event. Awalnya Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* hanya fokus pada salon rias pengantin atau pernikahan, namun sejak awal tahun 2001 telah menerima pesanan untuk acara ulang tahun, arisan, dan acara lainnya. Terdapat berbagai jenis paket yang ditawarkan Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* kepada konsumen yang dapat dipilih sesuai dengan budget dan preferensi masing-masing konsumen. Hal ini juga memungkinkan konsumen untuk secara tidak langsung membandingkan harga dan fasilitas Griya Rias Sriwerdari *Wedding organizer*.

Tabel 1.2 Data paket harga acara nikahan Griya Rias Sriwerdari

Paket	Harga
PAKET HEMAT (Resepsi, akad)	Rp 15.000.000
PAKET SILVER (Resepsi, akad, perawatan pengantin)	Rp 22.000.000
PAKET GOLD (Resepsi, akad, dokumentasi, hiburan)	Rp 26.000.000
PAKET DIAMOND (resepsi,perawatan pengantin, dokumentasi, hiburan)	Rp 35.000.000
PAKET EXCLUSIVE (Pelaminan 12-25m full bunga segar, resepsi, perawatan pengantin, dokumentasi, hiburan, tata rias keluarga)	Rp 55.000.000

Sumber :Griya Rias Sriwerdari Wedding organizer

Tabel 1.3 Data harga penyewaan *Wedding Organizer* Kab. Madiun

Nama	Griya Rias Sriwerdari	Berkah Dekorasi	Mexs Wedding
Dekorasi	Rp. 2.500.000 - Rp. 7.000.000	Rp. 2.500.000 – Rp. 4.500.000	Rp.2.500.000– Rp.6.000.000
Sound	Rp. 2.500.000 - Rp 4.500.000	Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000	Rp. 2.500.000 – Rp. 4.500.000
Terop	Rp. 600.000 - Rp.2.000.000	Rp. 700.000 - Rp. 1.500.000	Rp. 700.000- Rp. 1.500.000
Hiburan	Rp 2.500.000 - Rp 8.000.000	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	Rp 2.500.000 - Rp 7.500.000
Catering	Rp. 7.500.000 - Rp 35.000.000	Rp. 7.500.000 - Rp 25.000.000	Rp. 7.500.000 - Rp 30.000.000
Paket MUA	Rp.4.000.000 - Rp 5.000.00	Rp. 800.000 - Rp 2.500.000	Rp. 3.500.000 - Rp 5.000.000

Sumber: hasil observasi pada beberapa pesaing *Wedding Organizer* di Kab.Madiun

Menurut data di atas, penyelenggara Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* memutuskan berapa banyak uang yang harus dibayar oleh pelanggan berdasarkan resepsi pernikahan yang akan diadakan. Riasan,

pakaian, dekorasi pernikahan, hiburan, dokumentasi, serta perlengkapan prosesi pengantin termasuk dalam berbagai paket yang disebutkan di atas. Harga yang disebutkan di atas sudah termasuk tim yang akan membantu menjalankan acara hingga selesai. Selain itu, pelanggan menerima layanan konsultasi gratis yang dapat digunakan vendor untuk mengatur acara mereka.

Harga menjadi pengaruh penting dan peran utama bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dalam segala hal. Dengan bertambahnya event organizer di kabupaten Madiun membuat daya saing semakin tinggi. Harga juga menjadi salah satu pertimbangan seseorang sebelum membeli suatu produk. Ketika konsumen mengetahui bahwa harga yang ditawarkan suatu jasa relatif mahal maka keputusan pembelian akan semakin sedikit sedangkan apabila harga yang ditawarkan relatif murah maka semakin banyak peminatnya (Indriati et al., 2022). Dilihat dari hasil observasi pada pesaing *Wedding Organizer* di Kabupaten Madiun Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* menetapkan harga yang relatif mahal dari pesaing, namun kualitas jasa yang ditawarkan Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* memiliki nilai kualitas yang tinggi sehingga harga dapat menjadi pemicu bagi para konsumen untuk menentukan keputusan penggunaan jasa *wedding*.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh promosi yang dijalankan oleh perusahaan. Menurut Dewa & Safitri (2021) di era digital ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dan efisien. Perusahaan dari berbagai sektor, termasuk *Wedding organizer*, semakin memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter

untuk mempromosikan layanan mereka. Promosi melalui media sosial memiliki berbagai keuntungan, seperti jangkauan audiens yang luas, biaya yang relatif rendah, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan.

Melalui media sosial, *Wedding Organizer* dapat menampilkan portofolio acara yang telah mereka tangani, testimoni dari klien sebelumnya, dan memberikan inspirasi kepada calon pengantin tentang konsep pernikahan yang dapat mereka wujudkan. Konten visual seperti foto dan video dari acara pernikahan yang telah berhasil diorganisir menjadi alat promosi yang kuat untuk menarik perhatian calon pelanggan.

Griya Rias Sriwedari *Wedding Organizer* di Kabupaten Madiun merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan layanannya. Namun, meskipun upaya promosi telah dilakukan, perusahaan ini masih menghadapi tantangan dalam mencapai omzet penjualan yang maksimal dan mengatasi permintaan yang fluktuatif. Penurunan omzet yang dialami oleh Griya Rias Sriwedari menunjukkan perlunya strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Dari hasil obeservasi terdapat kendala dalam promosi melalui media sosial yang dihadapi oleh Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* yaitu Kuantitas Update sosial media. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya keaktifan pemasaran dalam upload promosi atau berbagi informasi pada sosial media serta banyaknya kompetitor atau pesaing yang melakukan promosi menggunakan media sosial yang sama (*Instagram*), dan akan membuat para

konsumen lebih berpikir ulang jasa mana yang akan mereka pakai karena terdapat banyak pilihan yang berbeda.

Dalam industri pernikahan, reputasi dan rekomendasi sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan. Salah satu cara yang paling efektif untuk membangun reputasi dan mendapatkan kepercayaan adalah melalui *word of mouth* (WOM). *Word of mouth* adalah bentuk promosi yang didasarkan pada pengalaman nyata dan rekomendasi dari orang-orang yang telah menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks *Wedding organizer*, *word of mouth* dapat berasal dari pengantin sebelumnya, keluarga, teman, atau tamu yang menghadiri pernikahan yang diorganisir oleh *Wedding Organizer* tersebut.

Griya Rias Sriwedari *Wedding Organizer* di Kabupaten Madiun adalah salah satu penyedia jasa yang sangat mengandalkan *word of mouth* untuk mempromosikan layanan mereka. Pengalaman positif yang dialami oleh klien-klien sebelumnya dapat menjadi testimoni yang kuat dan mendorong calon pengantin lain untuk memilih jasa mereka. Namun, meskipun *word of mouth* memiliki potensi besar, perusahaan ini masih menghadapi tantangan dalam mencapai omzet penjualan maksimal dan mengatasi fluktuasi permintaan.

Penurunan omzet yang dialami oleh Griya Rias Sriwedari menunjukkan bahwa meskipun *word of mouth* sudah berjalan, ada kemungkinan bahwa dampaknya belum optimal. Faktor-faktor seperti seberapa luas jangkauan *word of mouth*, kualitas rekomendasi, dan tingkat kepercayaan yang dibangun oleh pengalaman pelanggan sebelumnya perlu dianalisis lebih lanjut.

Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pelanggan sebelumnya yang telah menggunakan Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* menunjukkan bahwa pelanggan sebelumnya memiliki pengalaman yang positif dan merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Akibatnya, calon pelanggan lebih tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. Testimoni tentang profesionalisme, hasil riasan yang memuaskan, dan pelayanan yang ramah dapat menarik pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Citra merek merupakan salah satu faktor krusial yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek mencerminkan persepsi dan asosiasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu merek, termasuk reputasi, kualitas, dan keandalan. Dalam industri pernikahan, di mana layanan sangat personal dan berorientasi pada detail, memiliki citra merek yang positif dapat menjadi aset yang sangat berharga bagi *wedding organizer*.

Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* di Kabupaten Madiun adalah salah satu penyedia layanan yang beroperasi dalam pasar yang kompetitif. Meskipun telah berusaha membangun citra merek yang kuat, perusahaan ini masih menghadapi tantangan dalam mencapai omzet penjualan yang maksimal. Penurunan omzet yang dialami menunjukkan bahwa citra merek yang ada mungkin belum cukup kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Karena promosi yang tidak aktif seperti yang dijelaskan di atas, citra merek Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* belum banyak diketahui oleh konsumen. Namun, sebagian besar pelanggan yang pernah menggunakan

layanan tersebut merasa puas dengan pelayanannya dan kemudian kembali menggunakan layanan tersebut. Namun sayangnya, hanya sebagian kecil pelanggan yang mengetahui hasil wawancara beberapa konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa *Wedding Organizer* Griya Rias Sriwerdari merasa kurang puas dikarenakan WO tersebut tidak mampu berinovasi atau menawarkan sesuatu yang baru dan unik sehingga membuat pelanggan merasa bosan dan mencari alternatif yang lebih menarik dan Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* tidak mengikuti perkembangan terbaru dalam dekorasi, tema, atau teknologi pernikahan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam industri jasa yang sangat bergantung pada kepuasan dan pengalaman pelanggan. Dalam konteks *wedding organizer*, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti komunikasi, profesionalisme, perhatian terhadap detail, dan kemampuan untuk memenuhi ekspektasi klien. Karena pernikahan adalah momen yang sangat pribadi dan penting, kualitas pelayanan yang tinggi menjadi kunci untuk memastikan kepuasan dan kesuksesan acara.

Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* di Kabupaten Madiun adalah salah satu perusahaan yang menyediakan layanan pernikahan kepada calon pengantin. Meskipun perusahaan ini menawarkan berbagai layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien, masih terdapat tantangan dalam mencapai omzet penjualan yang maksimal dan mengatasi fluktuasi permintaan. Penurunan omzet yang terjadi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang

diberikan mungkin belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan atau ada aspek-aspek tertentu yang perlu diperbaiki.

Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam beberapa cara. Pertama, pelayanan yang berkualitas tinggi dapat membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang sering kali mengarah pada rekomendasi positif dan loyalitas. Kedua, pengalaman positif yang diberikan oleh *Wedding Organizer* dapat memengaruhi persepsi calon pelanggan mengenai nilai dari layanan yang ditawarkan, sehingga mereka lebih cenderung memilih dan merekomendasikan layanan tersebut. Ketiga, pelayanan yang konsisten dan profesional dapat membantu *Wedding Organizer* membedakan diri dari pesaing di pasar yang kompetitif.

Hasil wawancara dengan pemilik Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* menunjukkan bahwa banyak keluhan yang disampaikan oleh pelanggan kepada calon pelanggan, yang pada gilirannya mengakibatkan kehilangan calon pelanggan. Hal ini menyebabkan pelanggan merasa tidak dihargai dan meragukan profesionalisme Griya Rias Sriwerdari karena kualitas yang buruk, respons yang lambat, dan kurangnya empati dari staf. Calon pelanggan mungkin akhirnya memilih untuk mencari penyedia layanan lain yang dapat menawarkan layanan yang lebih baik. Tidak hanya perusahaan *Wedding Organizer*, tetapi semua perusahaan jasa mengalami hal ini, jadi kita semua harus menyadari bahwa memprioritaskan kualitas pelayanan dapat membantu suatu perusahaan maju lebih jauh.

Penelitian ini dikhususkan pada konsumen di wilayah Kabupaten Madiun sebagai sampel. Dengan melakukan penelitian mengenai analisis strategi penetapan harga, promosi dan citra perusahaan untuk meningkatkan jumlah konsumen, diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis di bidang *Wedding Organizer* dalam memilih dan menentukan apakah bentuk kegiatan ini cukup efektif dalam mempengaruhi konsumen, dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini peneliti mencoba menganalisis variabel harga, promosi sosial media, *word of mouth*, citra merek dan kualitas pelayanan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa Griya Rias Sriwerdari *Wedding Organizer* dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI SOSIAL MEDIA, *WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *WEDDING ORGANIZER* (STUDI KASUS GRIYA RIAS SRIWEDARI *WEDDING ORGANIZER* DI KABUPATEN MADIUN)”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian: Fokus penelitian adalah pada Griya Rias Sri Werdari *Wedding Organizer* yang beroperasi di wilayah kabupaten Madiun
2. Variabel Penelitian: Variabel yang diteliti mencakup harga, promosi melalui media sosial, *word of mouth*, citra merek, dan kualitas pelayanan.
3. Responden: Penelitian ini melibatkan responden yang merupakan pelanggan atau calon pelanggan yang pernah atau berencana menggunakan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding Organizer* dalam kurun waktu tertentu.
4. Waktu Penelitian: Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu, misalnya selama satu tahun, untuk memastikan data yang relevan dan terkini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*?
2. Bagaimana pengaruh promosi melalui media sosial terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*?
3. Sejauh mana *word of mouth* mempengaruhi keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*?
4. Apakah citra merek berperan dalam keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*?
5. Bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin peneliti capai, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media sosial terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*.
4. Untuk mengetahui peran citra merek dalam keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa Griya Rias Sri Werdari *Wedding organizer*.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang akan diteliti, sehingga dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai wawasan penelitian dan kesesuaian antara fakta dan teori yang ada.

b) Bagi Universitas PGRI Madiun

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi sumbangan pemikiran dan dapat menambah kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau pedoman peneliti.

c) Bagi Griya Rias Sriwerdari *Wedding organizer*

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan dan mengembangkan bisnis Griya Rias Sriwerdari *Wedding organizer*.

d) Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat membawa manfaat yang baik bagi siapa saja yang membaca dan membutuhkan hasilnya. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua orang.