

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas Dan Syarat – Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Oleh :

TASYA AFTALIA CAHYANINGSIH

Nim 18110071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas Dan Syarat – Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh :

TASYA AFTALIA CAHYANINGSIH

Nim 18110071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : TASYA AFTALIA CAHYANINGSIH

NIM : 18110071

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS
PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER**

Disetujui dan disahkan :

Hari : Selasa

Tanggal : 5 April 2022

Pembimbing,



Dr. Budi Istivanto. S.E., M.M., M.H

NIDN: 0625127401

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamitkasih. S.E., MBA

NIDN: 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : TASYA AFTALIA CAHYANINGSIH

NIM : 18110071

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
ARABELLA WEDDING ORGANIZER

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 14 Juli 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.



Anggota : Tri Ratna Pamitkasih, S.E., M.B.A.



Mengetahui,



Dr. Pardi, S.E., M.M., M.H

NIDN. 0620026601

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA *WEDDING* *ORGANIZER*

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Klaten, 2022

Yang memberi pernyataan



Tasya Aftalia Cahyaningsih

MOTTO

“Akan selalu ada jalan menuju kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.”

(Bambang Pamungkas)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”

(Imam Syafi’i)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar bin Khattab)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)”

(QS. Al Insyirah: 6-7)

“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil untuk selalu berusaha dan menjadi orang yang bermanfaat bahagia dunia dan akhirat.
2. Kekasih yang selalu ada sebagai tempat mencurahkan pikiran dan selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai dalam waktu yang tepat.
3. Vina dan Dimas selaku teman saya yang selalu ada, dan sabar sebagai tempat mencurahkan masalah yang ada dihidup saya dan selalu memberikan semangat agar skripsi ini dapat segera terselesaikan.
4. Teman-teman seperjuangan R1 Manajemen B yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. *Owner dan Admin Arabella Wedding Organizer* yang sudah banyak membantu saya untuk memberikan informasi terkait obyek yang saya teliti dan sudah membantu menyebarkan kuisioner untuk pelanggan nya.
6. Almamater tercinta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Arabella Wedding Organizer**”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Pardi, S.E., M.M. M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Tri Ratna Pamitkasih, S.E., MBA selaku kepala Program Studi jurusan Manajemen
3. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan. Serta staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah membantu selama perkuliahan.
5. Keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
6. Rekan-rekan yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Surakarta, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	III
HALAMAN PERNYATAAN PENULIS	IV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK.....	XIII
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Teori Yang Relevan	10
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pikir.....	19
D. Hipotesis.....	19
BAB III : METODE PENELITIAN.....	22
A. Objek Penelitian	22
B. Jenis dan Sumber Data.....	22
C. Populasi dan Sampel.....	23

D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional	24
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
A. Identitas Responden.....	31
B. Analisis Data	38
C. Pembahasan.....	51
BAB V : PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>Wedding Organizer</i> di Surakarta	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.2 Usia Responden	32
Tabel 4.3 Penghasilan Responden	32
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan	35
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	36
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga	37
Tabel 4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 4.9 Uji Normalitas	43
Tabel 4.10 Uji Multikoloneritas.....	44
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.12 Uji F	48
Tabel 4.13 Uji R^2	49
Tabel 4.14 Uji T	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	19
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	59
Lampiran 2. Tabulasi Penelitian	64
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
Lampiran 6. Uji Hipotesis	87
Lampiran 7. Distribusi T Tabel.....	89
Lampiran 8. Distribusi F Tabel.....	91
Lampiran 9. Nilai R Tabel.....	93

ABSTRAK

Wedding Organizer adalah salah satu jasa yang membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan seluruh rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dari mulai akad nikah, pernikahan adat, pelaminan, dan lain-lain. Seperti pada *Arabella Wedding Organizer* yang menjadi salah satu studi kasus dalam penelitian ini. Menurut informasi yang peneliti dapat *Arabella Wedding Organizer* memiliki banyak paket *wedding* lengkap dan juga terjangkau dan dapat bersaing pesat dengan *wedding organizer* lain yang ada di Surakarta, bersamaan dengan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden pelanggan *Arabella Wedding Organizer*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,391 > sig \text{ a } 0,05$, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,002 < sig \text{ a } 0,05$, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,079 > sig \text{ a } 0,05$.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern saat ini tidak lepas dari industri jasa. Jasa yang merupakan sektor penting dalam roda perekonomian yang mengalami pertumbuhan serta perkembangan pasar yang begitu pesat. Selain pertumbuhan dan perkembangan ini disebabkan oleh bisnis yang telah ada sebelumnya, diakibatkan timbulnya berbagai jenis jasa yang baru dan dipengaruhi oleh perubahan teknologi serta pemakaian teknologi yang semakin canggih dan cepat. Dengan seiring fenomena tersebut pemasaran jasa sangatlah penting dalam menentukan kelanjutan usaha. Karena pemasaran jasa merupakan salah satu upaya untuk menghubungkan antara produsen jasa dengan pengguna jasa tersebut. Selain itu pemasaran jasa juga merupakan kegiatan produsen dalam menawarkan produk kepada konsumen dengan bentuk tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan. Pada umumnya persiapan pernikahan itu memerlukan banyak tenaga, biaya, dan pikiran. Persiapan pernikahan yang di urus sendiri terkadang dapat menimbulkan masalah-masalah yang tidak terduga. Hal ini dikarenakan banyaknya acara dan kebutuhan yang harus di urus sendiri, seperti pertimbangan dalam memilih lokasi yang strategis, menentukan konsep, manajemen waktu, penelitian yang harus dilakukan.

Wedding Organizer merupakan salah satu jasa yang membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan

seluruh rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dari mulai akad nikah, pernikahan adat, pelaminan, dan lain-lain. Seperti pada *Arabella Wedding Organizer* yang menjadi salah satu studi kasus dalam penelitian ini. *Arabella Wedding Organizer* ini berdiri sejak tahun 2015, pada awalnya di *Arabella Weeding Organizer* ini hanya melayani *event-event* kecil seperti *bithday party*, *table manner*, dan seminar-seminar pendidikan maupun *bussiness* lainnya, untuk lokasi nya fleksibel awalnya *Arabella Wedding Organizer* ini mencakup wilayah Surakarta, Yogyakarta, dan Semarang.

Selama kurang lebih 4 tahun tepatnya pada tahun 2019 *Arabella Wedding Organizer* ini baru terjun ke dunia *Wedding*. Di tahun 2019 ini sebagai tahun pertama dimana *Arabella Wedding Organizer* ini sudah mendapatkan 14 pelanggan yang mempercayai *Arabella Wedding Organizer* ini, lalu ditahun 2020 sempat vacuum selama 6 bulan karena terdampak adanya virus *covid-19*. Selama vacuum *Arabella Wedding Organizer* ini masih berjalan tetapi tidak sesering biasanya bahkan sempat menggunakan media online dalam proses pelaksanaan acara *wedding*. Setelah vacuum sekitar pertengahan tahun *Arabella Wedding Organizer* ini sudah mulai aktif lagi dan mendapatkan 44 pelanggan. Dan ditahun 2021 ini sudah tercatat 80 pelanggan yang mempercayai *Arabella Wedding Organizer*. Untuk proses pemesanan nya di *Arabella Wedding Organizer* ini sendiri bisa melewati media online atau bertemu langsung jadi lebih

fleksibel dan memudahkan para pelanggan mereka (Sumber Informasi :

Owner Arabella Wedding Organizer)

Tabel 1.1
Daftar *Wedding Organizer* di Surakarta

Nama WO	Segmentasi Pasar	Keterangan
Samodra Organizer	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, MUA, Katering, Dokumentasi, Sound system, Hiburan, MC)
Sedjiwa Organizer	Menengah Keatas	Jasa Wo+Paket (Dekor, MUA, Dokumentasi, Cathering, MC+Hiburan,
Wardhana Wedding	Keatas	Jasa WO+Paket (Venue, Dekorasi, MUA, Dokumentasi, Cathering, MC, Sound system)
Artha Organizer	Keatas	Jasa WO only
House Of Manten	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Music, VideoCinematic, Photography, MUA, Dekor, MC, Catering, Sound system)
Obong Management	Keatas	Jasa WO+Paket (Buffet Menu, MUA, Dekor, Dokumentasi, MC, Sound system, Balon, Hiburan)
Samaradana Organizer	Keatas	Jasa WO only
Ief And Project	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, MUA, Dokumentasi, MC, Katering, Hiburan)
Sora Wedding Organizer	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, MUA, Dokumentasi, MC)
Mahadewi WO	Menengah Keatas	Jasa WO only

Arabella Wedding Organizer	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Venue, Dekorasi, Undangan, Souvenir, Katering, Dokumentasi, Hiburan, MUA, Sound system, MC)
Hikmaya WO	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, MUA,Dokumentasi, Katering, Hiburan, Sound system, MC)
Abata WO	Keatas	Jasa Wo only
Margonengati WO	Menengah Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, Katering, Stand foto, MUA, Dokumentasi, Hiburan, MC)
Victory Event Organizer	Menengah Keatas	Jasa WO only
Penta Event Organizer	Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, MUA, MC, Hiburan)
Padmarini Organizer	Keatas	Jasa WO+Paket (Dekor, Dokumentasi, Hiburan, MC)
Shekar Wedding Organizer	Keatas	Jasa WO+Paket (Venue, Dekor,Katering,MUA, Dokumentasi,MC, Hiburan)

(Sumber Informasi : Admin *Wedding Organizer* di Surakarta)

Dari tabel diatas rata-rata *Wedding Organizer* yang ada di Surakarta tidak memberikan paket yang konsepnya memudahkan pelanggan, rata-rata *Wedding Organizer* di Surakarta hanya memberikan jasa saja dan untuk paketnya juga tidak lengkap. Sedangkan *Wedding Organizer* Arabella ini sudah menyediakan berbagai paket untuk memudahkan para pelanggan nya dalam melaksanakan acara pernikahan dari mulai undangan, *souvenir*, *venue*, dekorasi, *catering*, dokumentasi, *make up artist (MUA)*, *MC*, hiburan, dan *sound system*. Bahkan di Arabella *Wedding Organizer* ini juga menerima request dari para pelanggan nya seperti tema pernikahan, tambahan hiburan penari adat, dan budget nya pun bisa menyesuaikan kebutuhan dari pelanggan. (Sumber Informasi : *Owner Wedding Organizer Arabella*, dan *Admin Wedding Organizer* di Surakarta). Berdasarkan keterangan informasi tersebut hal ini yang menjadi alasan peneliti untuk meneliti Arabella *Wedding Organizer*.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya di Arabella *Wedding Organizer* ini. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk ataupun pelayanan dari sebuah perusahaan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan atau konsumen membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Oleh karena itu kepuasan memang subjektif. Kepuasan merupakan landasan utama rasa suka terhadap produk ataupun jasa yang diberikan. Jika pelanggan atau konsumen suka terhadap produk

atau jasa maka pelanggan atau konsumen tersebut memiliki kemungkinan besar untuk membeli atau menggunakan produk ataupun jasa. Bahkan, jika mereka loyal, mereka bisa merekomendasikan produk ataupun jasa tersebut ke orang lain.

Kepercayaan adalah tingkat kemampuan perusahaan untuk meyakinkan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulan (2018) tentang “Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go- jek di Surabaya” mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari Novita (2018) tentang “Pengaruh Kepercayaan, Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja Online di Lazada.co.id pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara” bahwa kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah usaha perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan cara cara penyampainnya agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Rizalfalal (2020) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang)” mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mirza Deni Faisal (2020) tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Rubberwood S4S, Rubberwood Finger Joint Block, Rubberwood Laminated Block, Vacuum, dan Klindry pada PT. Agung Berkas Bintar Abadi” mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Zunta Ovidani (2020) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Dafam Semarang” mengatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Astri dan Imam (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Global JET Express (J&T) Surabaya” mengatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari analisa gap diatas ada beberapa peneliti lain yang mengatakan bahwa variabel kepercayaan, variabel kualitas pelayanan, variabel harga ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Maka dari itu alasan peneliti, untuk meneliti lebih dalam lagi

apakah variabel kepercayaan, variabel kualitas pelayanan, dan variabel harga benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, hal ini yang menjadi alasan peneliti dalam menentukan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi ataupun sebagai bahan masukan bagi mahasiswa mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

a. Bagi Peneliti

Menambah dan memperluas pengetahuan serta pengalaman peneliti dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh di perkuliahan khususnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam penerapan bisnis dan keunggulan bersaing.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait penerapan strategi pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan dibidang analisis pemasaran dengan mengambil penelitian sama akan tetapi dengan perusahaan yang berbeda. Serta dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat sebagai informasi kepada perusahaan terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

1. Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), “nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan”. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono (2004:101) Indikator kepuasan pelanggan terdiri

dari Kesesuaian Harapan, Minat berkunjung kembali, Kesiediaan merekomendasikan. Bagi setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya.

2. Kepercayaan

Menurut Kotler dan Keller (2016:225) mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut: *“Trust is willingness of a firm to rely on a bussiness partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firms perceived competence, integrity, honesty and benevolence.”* Arti dari definisi tersebut bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Menurut Mayer, et al. (1995) dalam Susanti dan Cholichul (2013:3): “Kepercayaan sebagai kesediaan satu pihak untuk memercayai pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memercayainya”.

Sedangkan menurut Ferinnadewi (2013:36) terdapat tiga aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen diantaranya :

1) Achieving Result

Harapan konsumen tidak lain ialah janji konsumen yang harus dipenuhi bila ingin mendapatkan kepercayaan konsumen. Dengan kata lain, kepercayaan konsumen dapat ditumbuhkan melalui penetapan janji yang diberikan oleh pihak perusahaan.

2) Acting with integrity

Bertindak dengan integritas berarti adanya konsistensi antara ucapan dan tindakan dalam setiap situasi. Adanya integritas merupakan faktor kunci bagi salah satu pihak untuk percaya akan ketulusan dari pihak lain.

3) Demonstrate concern

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatiannya kepada konsumen dalam bentuk menunjukkan sikap pengertian kepada konsumen jika konsumen tersebut menghadapi masalah dengan produknya, hal ini digunakan untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap merek.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2006), “kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya mengimbangi harapan

konsumen. Kualitas Pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima oleh konsumen dirasakan baik maka kualitas pelayanan jasa tersebut dianggap memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat ditarik kesimpulan tentang definisi kualitas pelayanan yaitu nilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan demi terpenuhinya harapan atau ekspektasi dari pelanggan atas suatu jasa di perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang berperan menjadi salah satu alasan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian khususnya terhadap keputusan pembelian jasa. Dalam rangka untuk menciptakan keputusan pembelian pelanggan pada produk jasa maka secara langsung terkait erat dengan dimensi kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Ada 5 dimensi kualitas jasa menurut Tjiptono (2008)

sebagaimana dikutip oleh Kansil, et. al. (2014) yaitu bukti fisik atau bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2004), "kebijakan penetapan harga merupakan suatu hal penting". Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan memengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan. Menurut Lupiyoadi (2001), "harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa". Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa, juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa. Menurut Stanton (1998), indikator yang mencirikan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel X	Variabel Y	Alat Analisis	Hasil
1	Sri Wulan;Prijadi (2018)	Pengaruh Harga, Kepercayaan , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek di Surabaya	Harga, Kepercayaan, Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Harga : berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-jek di Surabaya 2. Kepercayaan : berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-jek di Surabaya 3.Kualitas Layanan : berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-jek di Surabaya
2.	Sari Novita (2018)	Pengaruh Kepercayaan , Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja Online di Lazada.co.id pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepercayaan, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Kepercayaan : berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

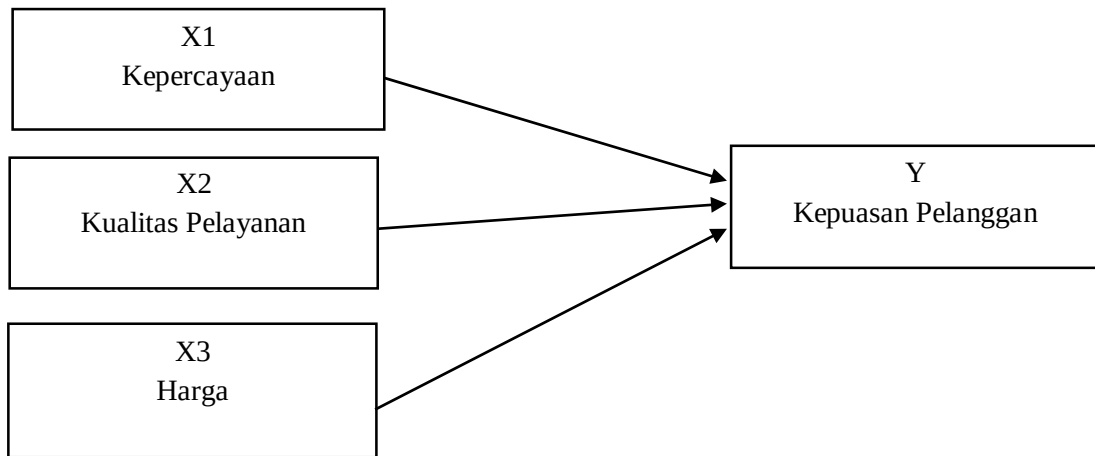
		Universitas Sumatera Utara				Sumatera Utara 2.Harga : berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara 3.Kualitas Produk : berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara 4.Kualitas Pelayanan : berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
--	--	-------------------------------	--	--	--	---

						dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
3.	Mirza Deni Faisal, Calvin Damanik Elisabeth Jantaffi, Susanto Dony, Jessica, Lim Maichael (2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Rubberwoo D S4S, Rubberwoo D Finger Joint Block, Rubberwoo D Lamminate D Block, Vacuum, dan Klindry pada PT. Agung Berkat Bintatar Abadi	Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Kualitas Produk : berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi 2.Harga : berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi. 3.Kualitas Pelayanan : tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi
4.	Rizalfalal, Muhamma d; Hufon, M.;Rahman , Fahrurrozi (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan , Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan	Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Kualitas Layanan : berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

		Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang)				(Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang). 2.Citra Perusahaan : tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang) 3.Kepercayaan : berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang)
5.	Lestari, Astri Dwi (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga , dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Global JET Express (J&T) Surabaya	Kualitas Pelayanan , Harga, Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Kualitas Pelayanan : berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Global JET Express (J&T) Surabaya 2.Harga : berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Global JET Express (J&T) Surabaya

						3.Kepercayaa n : berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Global JET Express (J&T) Surabaya
6.	Ovidani, Zunta;Hida jat, Wahju (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Dafam Semarang	Kualitas Pelayanan , Harga, Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Penelitian Kuantitatif	1.Kualitas Pelayanan : berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Dafam Semarang 2.Harga : berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Dafam Semarang 3.Kepercayaa n:berpengaru h positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Dafam Semarang

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Keterangan

Berdasarkan kerangka pemikiran dapat dijelaskan bahwa variabel bahwa variabel independen yang meliputi Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga akan diteliti ada pengaruh tidaknya terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan.

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Jawaban sementara terhadap masalah penelitian tersebut perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan

dengan kerangka pemikiran, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian dari Sri Wulansari (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK di Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Astri dan Imam (2019) menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Global *JET Express (J&T)* Surabaya. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Diduga Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Arabella *Wedding Organizer*

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian dari Rizalfalal, Hufon, Fahrurrozi (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Studi Kasus pada Bank Bri Kcp Unit Lawang). Penelitian yang dilakukan oleh Sari Novita (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam berbelanja online di Lazada.co.id pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H2 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Arabella *Wedding Organizer*.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian dari Zunta Ovidani (2020) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Dafam Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Mirza Deni Faisal, Calvin, Damanik Elisabeth Jantaffi, Susanto Dony, Jessica, Lim Maichael (2020) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Agung Berkat Bintatar Abadi. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H3 : Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Arabella *Wedding Organizer*.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Arabella Wedding Organizer*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan,
3. Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan,

B. Saran

Berdasarkan pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini, peneliti mengajukan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi *Arabella Wedding Organizer* serta peneliti selanjutnya, sebagai pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga. Berikut saran dari penulis:

1. Bagi *Arabella Wedding Organizer*

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mempertahankan kualitas pelayanan dari Arabella, *crew* dan *owner* Arabella perlu memperhatikan untuk ketepatan waktu agar lebih *ontime* sehingga tidak banyak membuang waktu dalam pelaksanaannya acara dan lebih tanggap lagi dalam menangani kendala dalam acara.
- b. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan, Arabella dapat lebih meningkatkan pelayanan nya seperti lebih detail dan tepat memberikan informasi dan kepastian ke pelanggan terkait para vendor untuk memastikan kebutuhan pelanggan itu terpenuhi. Dan menjalankan tugas dengan *step by step* dan tidak tergesa-gesa agar pelaksanaan acara berjalan dengan lancar.
- c. Untuk meningkatkan kesesuaian harga dengan kualitas produk, Arabella kedepannya lebih meningkatkan kualitas seperti fasilitas dan pelayanan yang memadahi agar mencapai kepuasan pelanggan tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Center for Academic Publising Servive.
- Anwar, Saifuddin. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Choirotunnisa, C., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo (Studi Kasus Pada J&T Kota Probolinggo Jln. Pangliman sudirman No. 6c, pertokoan wiroborang 267, Mayangan, kota probolinggo)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(01).
- Dari, S. W., & Prijati, P. (2019). "Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek di Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(8). Inâ Diakses pada 20 September 2021
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://45.118.112.109/ojspasim/index.php/jbt/article/view/232/182>
- http://eprints.umk.ac.id/331/4/BAB_III.pdf Diakses pada 29 Oktober 2021
- <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/> Diakses pada 04 Oktober 2021
- <https://campus.quipper.com/careers/perencanapernikahan-wedding-planner> Diakses pada 19 September 2021
- <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1313/BAB%203.pdf?sequence=10&isAllowed=y> Diakses pada 11 Oktober 2021
- <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> Diakses pada 20 september 2021
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Khoirullah, A.T. Haryono dan H.S. Wulan. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi

pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang)”.
Journal Of Management ISSN:4-4 2502-7689.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong.2000.*Marketing Management*. Edisi Milenium:Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong.2014.*Principle Of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip.Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Globat JET Express (J&T) Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).

Mirza, D. F., Calvin, C., Damanik, E. J., Susanto, D., Jessica, J., & Lim, M. (2020). “Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada produk *rubberwood s4s*, *rubberwood finger joint block*, *rubberwood lamminated block*, *vacum*, dan *klindry* pada PT. Agung berkat bintatar abadi.” *Warta Dharmawangsa*, 14(2).

Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167-174.

Rizalfalal, M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang).” *Jurnal Ilmiah RisetManajemen*, 9(09).

Sugiyono.2017.*Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung : Cv.Alfabeta

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Tasya Aftalia Cahyaningsih mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta jurusan Manajemen, saya sedang melakukan penelitian yang berjudul "PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ARABELLA WEDDING ORGANIZER" dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Saya harap tidak ada jawaban yang dikosongkan karena disini tidak ada jawaban benar dan salah. Jawaban akan diperlakukan sesuai dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu saya akan menjaga kerahasiaan identitas anda. Saya ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan partisipasi anda dalam penelitian ini

Hormat saya

Tasya Aftalia Cahyaningsih

Bagian 1 (Identitas Responden)

1. Nama

2. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia

- < 20
- 21-25
- > 25

4. Penghasilan

- < 1.000.000
- 1.000.000 – 3.000.000
- > 3.000.000

Bagian II (Pertanyaan Penelitian)

Centanglah (√) salah satu pilihan yang dianggap paling tepat, dengan bobot penilaian sebagai berikut :

1. Sangat setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Kurang setuju (KS)
4. Tidak setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

A. Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A. Integritas (<i>Integrity</i>)						
1.	Arabella <i>Wedding Organizer</i> selalu memberikan informasi dan kepastian terhadap acara pernikahan saya					
B. Kebaikan (<i>Benevolence</i>)						
1.	Saya yakin Arabella <i>Wedding Organizer</i> memberikan yang terbaik bagi pelanggannya					
2.	Saya yakin Arabella <i>Wedding Organizer</i> akan memberikan pelayanan semaksimal mungkin demi kepuasan pelanggannya					
C. Kompetensi (<i>Competence</i>)						
1.	Saya yakin Arabella <i>Wedding Organizer</i> merupakan <i>wedding organizer</i> yang kompeten					
2.	Saya merasa Arabella <i>Wedding Organizer</i> kompeten dibidangnya					

B. Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)						
1.	Crew Arabella <i>Wedding Organizer</i> menggunakan seragam khusus saat bekerja yang bersih.					
2.	Arabella <i>Wedding Organizer</i> menyediakan alat-alat untuk acara pernikahan selalu tersedia lengkap					
B. Keandalan (<i>Reliability</i>)						
1.	Arabella <i>Wedding Organizer</i> memberikan ketepatan waktu kegiatan saat acara berlangsung yang telah di jadwalkan					
2.	Crew Arabella <i>Wedding Organizer</i> profesional saat dalam menjalankan pekerjaan.					
C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
7.	Kecepatan pelayanan yang di berikan Crew Arabella <i>Wedding Organizer</i> terhadap keluhan pelanggan					
9.	Crew Arabella <i>Wedding Organizer</i> memberikan solusi yang tepat terhadap masalah pelanggan mengenai acara wedding					
D. Jaminan (<i>Assurance</i>)						

11.	Crew Arabella Wedding Organizer mampu menjelaskan produk layanan wedding secara detail					
12.	Crew Arabella Wedding Organizer mampu menjawab pertanyaan dengan tepat sesuai dengan apa yang di maksud oleh pelanggan					
E. Perhatian (Emphaty)						
13.	Crew Arabella Wedding Organizer memiliki waktu untuk bertemu dengan pelanggan dengan menyesuaikan ritme waktu pelanggan.					
14.	Crew Arabella Wedding Organizer memahami kebutuhan pelanggan secara personal					

C. Harga (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A. Keterjangkauan Harga						
1.	Harga yang ditawarkan Arabella wedding organizer terjangkau					
2.	Harga yang ditawarkan Arabella Wedding Organizer lebih terjangkau dari pada wedding organizer lainnya					
B. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
1.	Harga yang ditawarkan Arabella wedding organizer sesuai dengan kemampuan					
2.	Harga yang ditawarkan Arabella Wedding Organizer sesuai dengan fasilitas yang didapatkan					
C. Kesesuaian harga dengan manfaat						
1.	Harga yang ditawarkan Arabella Wedding Organizer sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					
2.	Arabella Wedding Organizer memberikan fasilitas sesuai dengan manfaat yang saya perlukan					
A. Daya Saing Harga						
1.	Harga yang ditawarkan Arabella Wedding Organizer lebih menarik dibandingkan wedding organizer lainnya					
2.	Harga yang ditawarkan Arabella Wedding Organizer dapat bersaing dengan wedding organizer lain					

D. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A. Kesesuaian Harapan						
1.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Arabella <i>Wedding Organizer</i>					
2.	Saya merasa puas Arabella <i>Wedding Organizer</i> memiliki tanggungjawab terhadap pelanggannya					
B. Minat Berkunjung Kembali						
1.	Saya merasa puas karena Arabella <i>Wedding Organizer</i> dapat dipercaya dan saya akan mempercayakan Arabella <i>Wedding Organizer</i> ini jika saya mempunyai acara kembali					
2.	Arabella <i>Wedding Organizer</i> mewujudkan acara pernikahan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan					
C. Kesiediaan Merekomendasikan						
3.	Saya akan merekomendasikan Arabella <i>Wedding Organizer</i> kepada kerabat dan rekan saya					
4.	Saya merasakan efisiensi waktu dan biaya ketika merencanakan pernikahan dengan Arabella <i>Wedding Organizer</i>					