

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN HARGA DAN PROMOSI
SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA FIFIN
WEDDING ORGANIZER**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebaian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan oleh:

AHMAD SYAUFI

NPM. 2101110113

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

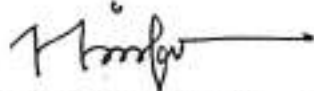
UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Syaafi
Nomor pokok/NIRM : 2101110113
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA,
DAN PROMOSI DI SOSIAL MEDIA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 5-9-2025 Pembimbing I : 
Hj Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN: 0012116501

Tanggal 3-9-2025 Pembimbing II : 
Ellen Sumiarni, SE., M.M
NIDN: 0223116001

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. Hj Msy. Mikial, SE, M.SIAK, CA, CSR
NIDN: 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303

105 /PS/DFEB/ 25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Syaafi
Nomor Pokok/NPM : 2101110113
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas layanan harga dan promosi sosial media terhadap penggunaan jasa ffin wedding organizer

Penguji Skripsi

Tanggal 5-9-2025 Ketua Penguji : Hj Nina Fitriana, SE., M.Si

NIDN: 0012116501

Tanggal 3-9-2025 Penguji II : Ellen Sumiarni, SE., M.M

NIDN: 0223116001

Tanggal 30-8-2025 Penguji III : Yun suprani, SE., M.Si

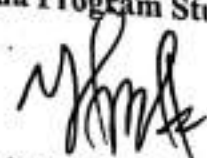
NIDN. 0207066701

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. Msy. Miklal, SE., M.Si, Ak.CA, SCRS
NIDN. 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN.0226028303

105 /PS/DFEB/ 25

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kekuatan sejati bukan diukur dari seberapa banyak kamu hancurkan, tapi seberapa banyak yang bisa kamu lindungi”

(Minato Namikaze)

“Jangan pernah berpikir kau sendirian. Ada orang yang percaya padamu, bahkan jika kau tidak menyadarinya”

(Giyu Tomioka)

“Manusia bisa berubah.. jika mereka punya alasan yang cukup kuat.”

(Sung Jin-Woo)

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT, sumber kekuatan dalam diam, tempat kembali yang tak pernah pergi
- Kedua orang tuaku, atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tak ternilai
- Teman-teman seperjuangan, yang Bersama menapaki jalan ini dengan peluh dan harap
- Dan untuk diriku sendiri, Ahmad Syaafi yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini—terima kasih karena tidak menyerah.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad syaufi

Nomor Pokok/NIM : 21.01.11.0113

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Juli 2025



Ahmad syaufi

KATA PENGHANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI DISOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA FIFIN WEDDING ORGANIZER”** yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penyusunan proposal ini penulis menyadari bahwa proposal ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Dalam pembuatan proposal ini, penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE. MS, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Hj Msy. Mikial, SE,M.Si.AK,CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE,M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
5. Ibu Dr. Irayani, SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
6. Ibu Hj Nina Fitriana, SE., M.Si, selaku dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.
7. Ibu Ellen Sumiarni, SE., M.M, selaku dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.

8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
9. Papa dan Mama tercinta, Abdur Rasyid dan Yuni Andriani, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa Lelah mendengarkan keluh kesah penulis hingga di titik ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman dekat saya yang telah memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-Teman angkatan 2021 atas dorongan dan motivasi. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Proposal ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, April 2025
Penulis,

Ahmad Syaafi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGHANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
Daftar lampiran	xiv
Kusioner Penelitian	xiv
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Kualitas Layanan (X1)	xiv
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Harga (X2)	xiv
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Promosi Sosial Media (X3)	xiv
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Penggunaan Jasa (Y)	xiv
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)	xiv
Hasil Uji Validitas Harga (X2)	xiv
Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	xiv
Hasil Uji Validitas penggunaan jasa (Y)	xiv
Hasil Uji Realibilitas	xiv
Hasil Uji Asumsi Klasik	xiv
Hasil Uji Statistik dan Uji Hipotesis	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	7

2.1	Kajian teoritis	7
2.1.1	Keputusan penggunaan jasa	7
2.1.1.1	Pengertian keputusan penggunaan jasa	7
2.1.1.2	Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa	8
2.1.1.3	Macam-macam perilaku pembelian	9
2.1.1.4	Proses dan indikator keputusan penggunaan jasa	10
2.1.2	Kualitas layanan	11
2.1.2.1	Definisi kualitas layanan.....	11
2.1.2.2	Persepsi kualitas layanan	12
2.1.2.3	Dimensi Dan Indikator Kualitas Layanan.....	12
2.1.3	Harga	14
2.1.3.1	Definisi Harga	14
2.1.3.2	Persepsi Harga.....	15
2.1.3.3	Faktor penetapan harga.....	15
2.1.3.4	Dimensi dan Indikator harga	16
2.1.4	Promosi	17
2.1.4.1	Definisi promosi	17
2.1.4.2	Jenis-jenis promosi.....	18
2.1.4.3	Kelebihan dan kekurangan media promosi	20
2.1.4.4	Dimensi dan indikator promosi.....	23
2.2	Penelitian terdahulu	24
2.3	Kerangka berpikir	26
2.4	Hipotesis penelitian:	27
BAB III		28
METODE PENELITIAN		28
3.1	Tempat Dan Waktu	28
3.1.1	Tempat penelitian	28
3.1.2	Waktu penelitian.....	28
3.2	Sumber dan teknik pengumpulan data.....	29
3.2.1	Sumber data	29
3.2.2	Teknik pengumpulan data	30
3.3	Populasi dan Sampling	30
3.3.1	Populasi.....	30

3.3.2	Sampel dan sampling	30
3.4	Rancangan penelitian.....	31
3.5	Variabel dan definisi operasional.....	32
3.5.1	Definisi variabel.....	32
3.5.2	Definisi operasional.....	32
3.6	Instrumen penelitian.....	38
3.6.1	Uji validitas.....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.7	Uji Asumsi Klasik	40
3.7.1	Uji normalitas	40
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.3	Uji multikolinieritas	41
3.8	Teknik Analisis.....	42
3.8.1	Analisis regresi linier berganda	42
3.8.2	Analisis koefisien korelasi	43
3.8.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.9	Uji Hipotesis statistik.....	44
3.9.1	Uji Secara Simultan (Uji F).....	44
3.9.2	Uji secara parsial (Uji t)	45
3.10	Sistematika Penulisan	46
BAB IV		48
4.1	Gambaran Perusahaan.....	48
4.1.1	Sejarah dan perkembangan Perusahaan Fifi wedding organizer	48
4.1.2	Visi dan Misi	49
4.1.3	Struktur organisasi Fifi wedding organizer	50
4.1.4	Tugas dan Wewenang.....	51
4.2	Gambaran Umum Penelitian	53
4.2.1	Klarifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.3	Uji instrument	54
4.3.1	Uji validitas	54
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1	Uji Normalitas	58

4.4.2	Uji Heteroskedestisitas	60
4.4.3	Uji Multikolineritas.....	61
4.5	Uji statistik	62
4.5.1	Uji Regresi Liner Berganda	62
4.5.2	Uji Koefisien Korelasi.....	65
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.6	Uji Hipotesis Statistic	67
4.6.1	Uji Secara Simultan (Uji F).....	67
4.6.2	Uji Secara Parsial (Uji t)	67
4.7	Pembahasan.....	70
4.7.1	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Fifi Wedding Organizer.....	70
4.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Fifi Wedding Organizer.	70
4.7.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Fifi Wedding Organizer.....	71
4.7.4	Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Fifi Wedding Organizer	71
BAB V		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	27
Tabel 3. 2 Variabel dan Definisi Operasional.....	32
Tabel 3.3 Data konsumen yang menggunakan Fifin wedding organizer.....	29
.....	29
Tabel 3. 3 Skala Ordinal	37
Tabel 3. 4 Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 3. 5 Skala Penafsiran Nilai Indikator	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	25
Gambar 4. 5 Hasil uji normalitas P-Plot.....	59
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60

Daftar lampiran

Kusioner Penelitian	78
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Kualitas Layanan (X1).....	84
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Harga (X2)	88
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Promosi Sosial Media (X3)	
.....	91
Hasil Tabulasi Data Kusioner Variabel Penggunaan Jasa (Y).....	94
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)	97
Hasil Uji Validitas Harga (X2)	98
Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	99
Hasil Uji Validitas penggunaan jasa (Y)	100
Hasil Uji Realibilitas	101
Hasil Uji Asumsi Klasik.....	102
Hasil Uji Statistik dan Uji Hipotesis	103

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi sosial media terhadap keputusan penggunaan jasa Fifin Wedding Organizer di Palembang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya permintaan terhadap jasa wedding organizer dan pentingnya strategi pemasaran digital di era modern.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sampel yang digunakan berjumlah 85 responden yang merupakan konsumen Fifin Wedding Organizer. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan promosi melalui sosial media secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan mutu layanan di industri wedding organizer.

Kata kunci: Kualitas layanan, Harga, Promosi media sosial, Keputusan penggunaan jasa, Wedding Organizer.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, price, and social media promotion on the decision to use Fifi Wedding Organizer services in Palembang. This research is motivated by the increasing demand for wedding organizer services and the importance of digital marketing strategies in the modern era.

This study used a quantitative approach with a survey method. The sample size was 85 respondents, who were Fifi Wedding Organizer customers. The data analysis technique used was multiple linear regression with the assistance of SPSS software.

The results indicate that service quality, price, and social media promotion simultaneously have a significant influence on the decision to use the service. Partially, all three variables were also shown to have a significant influence. These findings provide practical contributions to the development of marketing strategies and the improvement of service quality in the wedding organizer industry.

Keywords: *Service quality, Price, Social media promotion, Decision to use services, Wedding Organizer.*

RIWAYAT HIDUP

Ahmad syaufi dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 03 agustus 2003. Merupakan anak satu satunya, dari pasangan abdur Rasyid dan Yuni andriani.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2015 di SD Pusri Palembang. Sekolah menengah pertama diselesaikan pada 2018 di SMP Pusri Palembang. Dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah kejuruan pada 2021 di SMK Negeri 6 Palembang. Pada tahun 2021 memasuki fakultas ekonomi program studi manajemen universitas tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan hal yang diidam-idamkan oleh sebagian banyak orang. Tidak sulit untuk mewujudkan pernikahan dan mempersiapkan segalanya untuk itu. Mempersiapkan pernikahan mungkin akan sangat menyenangkan. Disisi lain, bagi, pasangan yang menjalani kehidupan sibuk, efeknya mungkin sebaliknya. Salah satu jalan keluar yang mungkin adalah dengan manfaat jasa wedding organizer yang tersedia untuk di sewa.

Wedding organizer adalah layanan profesional yang membantu pasangan dalam merancang, mengatur, dan melaksanakan seluruh rangkaian acara pernikahan. Layanan ini berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat modern akan efisien dan kualitas dalam setiap aspek pernikahan. Salah satu penyedia jasa yang berkembang pesat ini adalah fin wedding organizer, yang dikenal dengan layanan yang menarik perhatian banyak calon pengantin.

Dalam memilih jasa wedding organizer, pelanggan mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan mereka. Salah satu faktor penting adalah kualitas layanan. Kualitas layanan adalah upaya yang dilakukan pemilik jasa dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ketetapan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Untuk mempertahankan kualitas pelayanan, perusahaan harus melakukan evaluasi secara berkala terhadap konsumen untuk mengetahui penilaian *customer* terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemilik

usaha sehingga perusahaan dapat melakukan peningkatan terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas layanan, promosi juga salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa wedding organizer. Di era digital, perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan. Termasuk cara berbisnis dan memasarkan produk. Munculnya media sosial telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Digital marketing, khususnya melalui media sosial seperti Instagram, tiktok, telah menjadi strategi pemasaran yang penting bagi berbagai jenis usaha, mulai dari UMKM hingga perusahaan besar. Hal ini didorong oleh beberapa faktor, antara lain perkembangan pesat pengguna media sosial. Selain itu media sosial juga memungkinkan interaksi yang lebih personal antara pebisnis dan konsumen, membantu hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Para pelaku UMKM hingga Perusahaan besar melakukan promosi sosial media seperti, Instagram, tiktok, facebook dan whatsapp.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah harga. Harga yang ditawarkan oleh pemilik usaha agar *customer* dapat menikmati manfaat dari suatu barang atau jasa tersebut. Perusahaan juga harus memperhatikan *benefits* dan *quality* yang diberikan untuk dalam memperoleh kepercayaan konsumen. Harga yang diberikan pemilik usaha harus sesuai dengan sasaran *customer* dalam perusahaan tersebut sehingga barang atau jasa yang ditawarkan oleh pemilik usaha dapat mencapai kebutuhan konsumen dengan tetap memperhatikan kepuasan konsumen. Selain itu

Fifin wedding organizer juga perlu melakukan perbandingan harga dengan para pesaing harga. Dibawah ini ada beberapa harga dari Fifin wedding organizer:

PRICELIST VENUE

UNDER 100 JUTA

GEDUNG AEKI	90 JT	GRAHA KENTEN HIJAU (500 PAX)	90 JT
GEDUNG AL FURQON	90 JT	GRAHA KM 7	99 JT
GEDUNG ASRAMA HAJI	95 JT	GRAHA ODEON	90 JT
GEDUNG AL HURAH	90 JT	GRAHA PATRIA	99 JT
GEDUNG AL AZHAR	99 JT	GRAHA PERSON	99 JT
GEDUNG BPPK	85 JT	GRAHA PISLUMA	99 JT
GEDUNG BU 1 (500 PAX)	95 JT	GEDUNG MACAN LINDUNGAN	95 JT
GEDUNG BAPELKES	90 JT	GEDUNG SERBAGUNA MUHAMMADIAH	90 JT
GEDUNG DAMELUNDA	90 JT	GEDUNG PASCASARJANA	95 JT
GEDUNG DEKRANASDA	99 JT	GRAHA PINANG MASAK	95 JT
GEDUNG DIKLAT PENERBANGAN	90 JT	RAMBANG SEMESTA OUTDOOR (500 PAX)	95 JT
GEDUNG D'PREMIUM	95 JT	RUMAH PANGGUNG DARUSSALAM	90 JT
GEDUNG KODAM	95 JT	GEDUNG STIPADA	90 JT
GRAHA BANDARA INSANI	90 JT	GEDUNG SUKARIA	99 JT
GRAHA DARUSSALAM	90 JT	GEDUNG TRISILA	99 JT
KEBON GEDE (500 PAX)	90 JT	GEDUNG UIN PALEMBANG	95 JT
GRAHA KENTEN	95 JT	GEDUNG ZAINAL SONGKET	90 JT
GRAHA KARTIKA SRIWIJAYA	99 JT	THE CANOPY (500 PAX)	90 JT

Cashback Instant

IDR 5 JT

Booking Periode

25 Jan - 28 Feb 2025

Fifin Wedding Organizer

Jl. Mayor Zen No. 02, Sei Selayur,
Kec. Kalidoni, Kota Palembang

Melihat pentingnya ketiga faktor tersebut promosi melalui media sosial, kualitas layanan, dan harga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing masing faktor terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa Fifin wedding organizer. Fifin wedding organizer juga menjadi objek pengamatan terkait perkembangan jumlah konsumennya setiap bulan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah jumlah pelanggan yang menggunakan jasa tersebut menunjukkan pola yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, justru mengalami fluktuasi. Dengan memantau trend ini, perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat keberlanjutan dan efektivitas strategi pemasaran serta kualitas layanan yang telah diterapkan selama ini.

Dalam konteks ini, Fifi wedding organizer merupakan salah satu penyedia jasa yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah pelanggan, namun juga menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen di tengah dinamika pasar. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN HARGA DAN PROMOSI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA FIFI WEDDING ORGANIZER”**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas layanan, harga, promosi sosial media berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa fifi wedding organizer.
2. Apakah kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa Fifi Wedding Organizer?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa Fifi Wedding Organizer?
4. apakah promosi di sosial media berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa fifi wedding organizer?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan, harga, dan promosi media sosial dalam mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih jasa Fifi Wedding Organizer.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa fifi wedding organizer.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa fifi wedding organizer.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa fifi wedding organizer

1.4 Manfaat penelitian

1.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa wedding organizer.

1.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Fifi Wedding Organizer: Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan strategi pemasaran, layanan, serta menentukan harga yang kompetitif.

2. Bagi calon pengantin: Penelitian ini dapat membantu dalam mempertimbangkan faktor penting sebelum memilih wedding organizer.
3. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi lebih lanjut terkait industri wedding organizer dan perilaku konsumen.