

**MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMILIH *VENUE*
RESEPSI PERNIKAHAN PADA MASA *NEW NORMAL*
DI AUDITORIUM UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

PROYEK AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV**



Oleh :

AURORA MUTIADIARSHI

Nomor Induk: 201721876

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONVENSI & EVENT

JURUSAN PERJALANAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG

BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

**MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMILIH *VENUE* RESEPSI
PERNIKAHAN PADA MASA *NEW NORMAL* DI AUDITORIUM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

NAMA : AURORA MUTIADIARSHI
NIM : 201721876
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI & EVENT

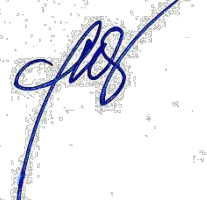
Pembimbing I,



Dr. Lien Maulina, M. Pd.

NIP: 196012021982032001

Pembimbing II,



Marsianus Raga MM.Par

NIP: 197510242009021001

Bandung, 7 Juli 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Geoltom, S.Sos., M.Sc

NIP. 19730706 199503 1 001

Jika kamu YAKIN bisa, maka PASTI akan bisa.

Penulis, (2021)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

Diriku,

Setiap pagi penulis berterimakasih kepada diri penulis sendiri karena telah bisa melalui semuanya dengan baik sehingga bisa mempersembahkan karya ini untuk kalian semua. Walaupun tidak mudah, jerih payah semua ini terbayarkan.

Keluarga,

Karya ini merupakan persembahan istimewa untuk orang-orang yang penulis cintai. Terimakasih kepada ibu, bapak, kakak, adik, dan sahabat atas doa, dukungan perhatian, dan semangat yang selalu diberikan setiap harinya kepada penulis. Penulis berharap semoga karya ini bisa menjadi kebanggaan bagi semuanya.

Rekan-rekan MKE 2017,

Terimakasih penulis ucapkan kepada rekan-rekan seperjuangan atas dukungan, inspirasi, dorongan dan dukungan yang tak terhingga. Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah penulis akan biasa saja. Penulis bersyukur, rekan-rekan sekalian hadir di kehidupan penulis. Semoga cita-cita kalian semua terwujud dan doa terbaik dari penulis.

Dosen Prodi MBK dan Dosen Pembimbing,

Terimakasih atas kesabaran, bimbingan, masukan, dukungan, dan waktunya yang telah diluangkan untuk penulis. Penulis bersyukur menjadi mahasiswa dan menjadi salah satu bimbinganmu. Semoga ilmu, kritikan dan tuntutan yang telah diberikan semoga bermanfaat di masa yang akan datang.

Teman-teman Seperjuangan STPB

Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan, kakak dan adik kelas, yang juga mengisi hari-hari selama didalam maupun luar kampus yang juga selalu memberi semangat dan berbagi ilmu bersama.

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Aurora Mutiadiarshi
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 14 April 1999
NIM : 201721876
Program Studi : Manajemen Konvensi & Event

Menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul **“MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMILIH VENUE RESEPSI PERNIKAHAN PADA MASA NEW NORMAL DI AUDITORIUM UNIVERSITAS NEGERI PADANG”** ini merupakan bukan hasil penelitian dari cara-cara yang bertentangan dengan pedoman yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung serta etika dalam masyarakat keilmuan kecuali atas arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya yang telah dibuat atau dipublikasikan pihak lain kecuali secara jelas tertera sebagai acuan dalam naskah yang telah termuat dalam Daftar Pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung serta peraturan-peraturan terkait lainnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya susun untuk dapat dimanfaatkan sesuai fungsinya.

Bandung, 25 Juni 2021
Yang membuat pernyataan,



AURORA MUTIADIARSHI
NIM. 201721876

ABSTRAK

Resepsi pernikahan merupakan bagian yang fundamental dari suatu pernikahan di berbagai budaya yang sering diadakan setiap tahunnya. Tetapi, saat ini hampir seluruh negara maju dan berkembang dibelahan dunia mengalami krisis akibat adanya wabah Covid-19 yang mengakibatkan gangguan sosial dan ekonomi global secara signifikan. Di Indonesia khususnya di Padang jumlah pasangan yang ingin melaksanakan pernikahan menurun hingga 50% karena virus ini. Dengan demikian diciptakan lah *new normal* yang digaungkan oleh pemerintah untuk memberi kelonggaran kepada pelaku usaha tetapi dengan mematuhi protokol kesehatan. *The "New Normal"* atau normal baru adalah cara hidup baru yang menuntut kita untuk hidup berdampingan dan beradaptasi dengan keberadaan virus ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan referensi baru bagi para konsumen untuk melaksanakan resepsi pernikahan serta untuk mengetahui bagaimana motivasi konsumen dalam memilih *venue* resepsi pernikahan pada masa *new normal* di Auditorium Universitas Negeri Padang yang terdiri dari 2 dimensi yaitu *push factor*/faktor pendorong dan *pull factor*/faktor penarik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan subjek penelitian atau informan yaitu *probability sampling*, dengan hasil penelitian pada variabel *push factor* dengan total keseluruhan item pertanyaan sebesar 614 yang berada pada kategori setuju pada garis kontinum. Sedangkan pada variabel *pull factor* menunjukkan total keseluruhan item pertanyaan sebesar 612 yang berada pada kategori sangat baik pada garis kontinum. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *pull factor* lebih dominan dari pada variabel *push factor* dalam pemilihan *venue* resepsi pernikahan di masa *new normal*.

Kata Kunci: Motivasi, *Venue*, Pernikahan, *New Normal*

ABSTRACT

Wedding receptions are a fundamental part of a wedding in various cultures that are often held every year. However, currently all developed and developing countries in the world are experiencing a crisis due to the Covid-19 outbreak which has resulted in significant global social and economic disruption. In Indonesia, especially in Padang, the number of couples who want to get married has decreased by 50% from this virus. Thus, a new normal was created which was echoed by the government to provide guarantees to business actors but by complying with health protocols. The "New Normal" is a new way of life that requires us to live and adapt to the existence of this virus.

This study aims to provide a new reference for consumers to carry out wedding receptions and find out how consumers' motivation in choosing a wedding reception venue during the new normal period at the Padang State University Auditorium which consists of 2 dimensions, namely push factors and pull factors. This study uses quantitative methods with the technique of taking research subjects or informants, namely probability sampling, with the results of research on the push factor variable with a total of 614 items that are in the agree category on the continuum line. While the pull factor variable shows a total of 612 question items which are in the very good category on the continuum line. This shows that the pull factor variable is more dominant than the push factor variable in the selection of wedding reception venues in the new normal period.

Keyword: *Motivation, Venue, Wedding, New Normal*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul “Motivasi Konsumen Dalam Memilih *Venue* Resepsi Pernikahan Pada Masa *New Normal* Di Auditorium Universitas Negeri Padang” yang berlokasi di Padang, Sumatera Barat. Proyek Akhir ini diajukan untuk menempuh studi pada Program Diploma IV, Jurusan Perjalanan, Program Studi Manajemen Konvensi dan Event di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini, penulis menyadari bahwa penyusunan ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Konvensi dan Event.
4. Ibu Dr. Lien Maulina, M. Pd. selaku pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan serta bimbingannya.
5. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan serta bimbingannya.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staff di Program Studi Manajemen Bisnis Konvensi dan Event yang telah banyak memberikan ilmu dan membimbing para mahasiswa/I selama proses perkuliahan.
7. Bagian Rumah Tangga Auditorium Universitas Negeri Padang yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.
8. Ibu Rahmi selaku staf Rumah Tangga Auditorium Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis terkait data yang dibutuhkan.
9. Orangtua tercinta, kakak, dan adik yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan serta materi sejak penulis lahir.
10. Jualifa Pradisti Gayatri sebagai teman sekaligus sahabat yang membantu,

memberikan motivasi, serta selalu ada dan bersedia meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesah selama penyusunan Proyek Akhir.

11. Teman-teman MBK 2017 dan teman-teman satu perjalanan yang saling mendukung, memotivasi, menyemangati dan saling bertukar pikiran dalam penyusunan Proyek Akhir ini.

Dalam penyusunan Proyek Akhir ini, penulis sangat menyadari bahwa masih ada kekurangan serta ketidaksempurnaan. Maka dari itu, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan demi kebaikan dan melengkapi kekurangan yang penulis buat.

Demikian Proyek Akhir ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Keterbatasan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13

1. <i>Event</i>	13
2. <i>Wedding</i>	14
3. Covid-19.....	18
4. <i>New Normal</i>	20
5. <i>Push Factor and Pull Factor</i>	21
B. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian	27
B. Objek Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampling.....	28
D. Metode Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Analisis Data	35
G. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	51

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan	78
B. Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA	86

LAMPIRAN

BIODATA

DAFTAR TABEL

TABEL

Halaman

1.1 Data Persentase Penduduk Yang Telah Melaksanakan Pernikahan (<i>Married</i>) Tahun 2016-2020	4
1.2 Jumlah Pelaksanaan Pernikahan Di Auditorium Universitas Negeri Padang Tahun 2017-2021	8
1.3 Harga Sewa <i>Venue</i> Auditorium Universitas Negeri Padang.....	8
1.4 Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i>	32
1.5 MOV Variabel <i>Push Factors & Pull Factors</i>	34
1.6 Hasil Uji Validitas.....	37
1.7 Hasil Uji Reliabilitas	39
1.8 Jadwal Penelitian.....	40
1.9 <i>Descriptive Statistics</i> Faktor Pendorong/ <i>Push Factor</i> Tentang Motivasi Komsumen Dalam Memilih <i>Venue</i> Pernikahan Pada Masa <i>New Normal</i>	46
1.10 <i>Descriptive Statistics</i> Faktor Penarik/ <i>Pull Factor</i> Tentang Motivasi Komsumen Dalam Memilih <i>Venue</i> Pernikahan Pada Masa <i>New Normal</i>	49
1.11 Jumlah Skor Ideal Tertinggi Dan Jumlah Skor Terendah.....	52

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Halaman

1.1 <i>Venue</i> Auditorium Universitas Negeri Padang.....	7
1.2 Jenis Kelamin.....	42
1.3 Usia.....	43
1.4 Domisili Responden.....	44
1.5 Pendidikan Terakhir Responden.....	45
1.6 Perhitungan Skala Rentang Faktor Pendorong/ <i>Push Factor</i>	53
1.7 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Karena Berdekatan Dengan Tempat Ibadah Dan Menerapkan Protokol Kesehatan Yang Telah Ditetapkan Oleh Pemerintah.....	53
1.8 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Merasakan Tradisi Perayaan Pernikahan Yang Berbeda.....	54
1.9 Saya Lebih Memilih <i>Venue</i> Untuk Melaksanakan Resepsi Pernikahan Dari Pada Rumah Di Masa <i>New Normal</i>	55
1.10 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Membuat Pesta Yang Mewah.....	56
1.11 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Mengunjungi <i>Venue</i> Yang Belum Pernah Dikunjungi.....	57
1.12 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Memuaskan Keinginan Untuk Berada Di Tempat Lain.....	59
1.13 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Meningkatkan Status Sosial.....	60
1.14 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Merayakan Pernikahan Di Tempat Yang Akan Mengesankan Teman Dan Keluarga.....	61
1.15 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Dikarenakan Teman-Teman Saya Kebanyakan Memilih <i>Venue</i> Ini.....	62
1.16 Saya Memilih <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Di Masa <i>New Normal</i> Ini Untuk Bersosialisasi Dengan Keluarga Dan Teman.....	63

1.17 Nilai Keseluruhan Skala Rentang <i>Push Factor</i> /Faktor Pendorong.....	64
1.18 Perhitungan Skala Rentang Faktor Penarik/ <i>Pull Factor</i>	66
1.19 Bagaimana Ketersediaan Barang Yang Disediakan <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Apakah Sesuai Dengan Kebutuhan Yang Di Perlukan?	66
1.20 Bagaimana Kualitas Peralatan Audio Yang Disediakan Oleh <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	67
1.21 Bagaimana Kesesuaian Kualitas Dekorasi Pada <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	68
1.22 Bagaimana Tingkat Kebersihan Pada <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	69
1.23 Bagaimana Pelayanan Karyawan Di <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?.....	70
1.24 Bagaimana Dengan Kemudahan Aksesibilitas Menuju <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	71
1.25 Bagaimana Ketersediaan Lahan Parkir Di <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	73
1.26 Bagaimana Kualitas Pencahayaan Di <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan?	74
1.27 Bagaimana Kesesuaian Ukuran <i>Venue</i> Resepsi Pernikahan Dengan Jumlah Tamu Undangan?	75
1.28 Nilai Keseluruhan Skala Rentang <i>Pull Factor</i> /Faktor Penarik	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

Halaman

1. Kuesioner
2. Pedoman Wawancara
3. *Google Form*
4. Hasil Kuesioner
5. Surat Lokus Menyetujui Melakukan Penelitian
6. Turnitin
7. Formulir Bimbingan

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Y. J., & DARMASTUTI, I. (2010). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP).

Alodokter (2020, 18 Februari). COVID-19 diakses melalui <https://www.alodokter.com/covid-19> pada 15 Februari 2021. 14.46 WIB.

Alodokter (2020, 4 Juni 2020). Ini Panduan Menjalani New Normal Saat Pandemi Corona diakses melalui <https://www.alodokter.com/ini-panduan-menjalani-new-normal-saat-pandemi-corona> pada 20 Maret 2021. 1.21 WIB

Any Noor. 2013. Manajemen Event. Bandung: Alfabeta

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2016-2020. Persentase Penduduk 10 Tahun Ke atas Menurut Status Perkawinan dan Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2016-2020. Padang Pusat: Badan Pusat Statistik

CadmiumCD (2018, 29 Agustus). Before, During and After: Why All Aspects of Your Event Matter diakses melalui <https://www.cadmiumcd.com/blog/before-during-and-after-why-all-aspects-of-your-event-matter/> pada 18 Februari 2021. 21.33 WIB.

Daniels, M. J., Lee, S., & Cohen, T. (2012). The attributes influencing wedding reception venue selection. *Event Management*, 16(3), 245-258.

Dharmmesta, B.S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14 (3). hal 73-78 Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc. Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Prakti, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 155.

Goldblatt, Joe. 2002. Special events. Third edition. New York: John Wiley and Sons.

Guan, L. (2014). Push and pull factors in determining the consumers' motivations for choosing wedding banquet venues: A case study in Chongqing, China.

Guan, L., Luo, Y., & Tang, L. R. (2015). An exploratory study of decision makers for choosing wedding banquet venues: push and pull motivations. *International journal of tourism cities*.

Keputusan Mendagri (Kepmendagri) Nomor 440-830 Tahun 2020, Pedoman Tatanan Normal Baru

Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism management*, 24(2), 169-180. Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

McMillan, N., & Jarumaneerat, T. (2014). An Exploration of Push & Pull Motivational Factors: A Case Study of Indian Wedding Couples in Phuket. *Journal of International Studies*, Prince of Songkla University, 4(2), 133-156.

Natoradjo, Sulyus. 2011. *EventOrganizing*. Jakarta: PT GramediaPustaka Utama

Newsdetikcom (2020, 26 April). Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI? diakses melalui <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri> pada 18 Februari 2021. 14.25 WIB
Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Pemerintah Wali Kota Padang. 2020. Peraturan Wali Kota Padang Nomor 32 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Penanganan Dampak Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Kota Padang Provinsi Sumatera Barat.

Pemerintah Wali Kota Padang. 2020. Peraturan Wali Kota Padang Nomor 49 Tahun 2020 tentang Pola Hidup Baru Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Kota Padang Provinsi Sumatera Barat.

Pemerintah Wali Kota Padang. 2021. Surat Edaran No. 400.599/BPBD-Pdg/VII/2021 Tentang Pengetatan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Pencegahan Pandemi COVID-19. Kota Padang Provinsi Sumatera Barat.

Republika (2020, 17 Juni). WO Minta Kelonggaran Berusaha Saat Pandemi Covid-19 diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/qc2ea5457/wo->

minta-kelonggaran-berusaha-saat-pandemi-covid19 pada 18 Februari 2021. 14.38 WIB.

RI, K. (2019). Keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor hk. 01.07/menkes/328/2020 tentang panduan pencegahan dan pengendalian., 2019 Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk. 01.07. Menkes/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease, 2020.

Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. Consumer Behavior, 7th Seebaluck, N. V., Munhurrun, P. R., Naidoo, P., & Rughoonauth, P. (2015). An analysis of the push and pull motives for choosing Mauritius as “the” wedding destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 201-209.

StaffnewUNY (tanpa tahun). Konsep Management Event diakses melalui <http://staffnew.uny.ac.id/upload/197912032015042001/pendidikan/PERTEMUAN%2023%20PENGERTIAN%20EVENT,%20EVENT%20ORGANIZER,%20KARAKTERISTIK%20EVENT,%20JENIS%20EVENT%20DAN%20KATEGORI%20EVENT.pdf> pada 18 Februari 2021. 15.24 WIB.

Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.

Sudrajat, Akhmat. 2008. *Teori-Teori Motivasi*. Pendidikan. 1-7.

Sugiyono, P.D., 2016. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono, P.D., 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,*

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit PT Ghalia Indonesia

Swastha DH, Basu dan Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisa Tjiptono, Fandy*. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tribunnews.com (2020, 24 Juli). Selama Pandemi Covid-19 di Kota Padang, Angka Pernikahan Turun Hingga 50 Persen diakses melalui

<https://www.tribunnews.com/regional/2020/07/24/selama-pandemicovid19dikota-padang-angka-pernikahan-turun-hingga-50-persen> pada 18 Maret 2021. 23.58 WIB.

Undang-Undang Perkawinan No. 1 Tahun 1974 pasal 1, Dasar Perkawinan.

Van der Baan, D. (2019). Determining the attributes contributing to wedding venue selection (Doctoral dissertation, North-West University).