

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan *World Travel & Tourism Council* yang menyatakan bahwa pertumbuhan pariwisata Indonesia menjadi yang tercepat yaitu menempati peringkat ke-9 di dunia, nomor tiga di Asia, dan menduduki peringkat pertama di kawasan Asia Tenggara. Pencapaian ini juga diakui perusahaan media di Inggris yaitu *The Telegraph* yang mencatat Indonesia sebagai “*The Top 20 Fastest Growing Travel Destinations*”.(travel.tempo.co, 2019)

Sejalan dengan pencapaian tersebut, pariwisata Indonesia juga memberikan kontribusi penyumbang devisa negara yang terus meningkat setiap tahunnya. Dan pada tahun 2019, Pariwisata Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama menyumbang devisa negara. Berikut adalah jumlah devisa yang dihasilkan oleh sektor pariwisata.

TABEL 1
KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP DEVISA NEGARA TAHUN
2015-2019

No	Tahun	Jumlah Devisa (miliar US\$)
1	2015	12.2
2	2016	13.6
3	2017	15
4	2018	17
5	2019	20

Sumber: (travel.tempo.co, 2019)

Devisa negara yang dihasilkan oleh kegiatan pariwisata salah satunya dari bidang industri *event*. Hal ini sejalan dengan kebijakan Kementerian Pariwisata dan Perekonomian Kreatif yang melibatkan kegiatan *event* untuk menambah daya tarik dan meningkatkan jumlah kunjungan. (katadata.co.id, 2019)

Event merupakan kegiatan untuk memperingati hal-hal penting dalam kehidupan manusia yang dilakukan oleh individu maupun dalam kelompok yang berkaitan dengan adat, budaya, tradisi, dan agama, serta diadakan untuk tujuan tertentu dan melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu. (Noor, 2009)

Event memiliki jenis yang bermacam - macam berdasarkan dari jenis kegiatannya. Terdapat empat jenis *event*, yaitu *leisure event*, *cultural event*, *personal event*, dan *organizational event*. *Leisure event* merupakan *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung. *Cultural event* yang merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. *Organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi seperti konrensi, pameran dan kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau perusahaan. *Personal event* adalah kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada *personal event* adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dll. (Noor, 2009)

Berdasarkan bentuk dan ukuran sekalanya, *event* dibagi menjadi tiga jenis yaitu *mega event*, *medium event*, dan *mini event*. *Mega event* adalah *event* yang memiliki kriteria yang diikuti oleh pengunjung internasional (minimal 5 negara),

regional, pengunjung lebih dari satu juta, memiliki investasi, keuntungan lebih besar, berdampak pada ekonomi masyarakat dan diliput oleh media secara luas. Contohnya adalah olimpiade, piala dunia, MTQ internasional. Medium *event* yaitu *event* dengan kegiatan *event* menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung, berdampak secara nasional. Mini *event* adalah *event* dengan kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal. (Abdullah, 2009, pp. 47-48)

Selain jenis diatas, terdapat juga jenis *event* berupa *special event*. *Special event* merupakan sebuah *event* yang dirancang khusus dan dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian dari target *audience* penyelenggara. (Ruslan Rosady, 2012) . *Spesial event* juga merupakan suatu pertunjukan, ritual, penampilan atau perayaan yang direncanakan dan dibuat untuk menandai acara-acara khusus untuk mencapai tujuan social, budaya, atau tujuan bersama-sama. (Allen, 2011)

Berdasarkan *event management*, terdapat dua jenis *event* yaitu *coreporate event* dan *private event*. *Coreporate event* biasanya dilaksanakan oleh perusahaan yang berhubungan dengan tujuan bisnis. Sedangkan *private event* berupa perayaan yang dilaksanakan oleh perorangan atau keluarga untuk kepentingan bersama, salah satunya adalah perayaan pernikahan atau *event* pernikahan. (www.kajianpustaka.com, April 2019)

Event pernikahan memiliki banyak elemen yang merangkai menjadi suatu acara sakral yang disebut pernikahan. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 1: perkawinan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan

seorang wanita sebagai isteri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa.

Pernikahan menjadi perayaan yang penting bagi kebanyakan masyarakat. Banyak pasangan berpendapat bahwa pernikahan adalah perayaan seumur hidup, perayaan besar, dan moment spesial bagi seluruh anggota keluarga dan teman. (Ruonala, 2013) Perkawinan atau pernikahan juga berarti kesatuan jasmani, rohani, dan sosial antara seorang pria dan seorang wanita (Lee et.al, 2011).Lain hal menurut (Thalib,1990) pernikahan adalah suatu bentuk perjanjian suci yang sangat kuat dan kooh untuk hidup bersama yang sah diantara laki-laki dan perempuan, sehingga bisa mengharapkan membentuk keluarga yang kekal, saling santun menyantuni, saling kasih mengasihi tentram dan juga bahagia.

Berdasarkan kepentingan tersebut maka dalam merencanakan pernikahan juga banyak aspek yang harus diperhatikan, yaitu elemen perayaan pernikahan seperti *wedding organizer*, *venue*, katering, dekorasi, dokumentasi, kostum, dan *makeup* kecantikan. (Ruonala, 2013)

Perayaan pernikahan harus memiliki persiapan yang sangat matang untuk mencapai tujuannya. Pada masa sebelumnya acara pernikahan biasanya direncanakan dan diatur oleh keluarga tetapi sejalan dengan waktu setiap anggota keluarga sudah memiliki kesibukan masing-masing. oleh karena itu, pada abad 21 ini munculah bisnis yang bergerak dalam menyediakan layanan untuk mempersiapkan acara pernikahan yang disebut dengan *wedding organizer*. (kerjausaha.com, 2020)

Wedding Organizer (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk acara pernikahan termasuk didalamnya mulai dari proses perencanaan hingga acara pernikahan tersebut berlangsung. *Wedding Organizer* juga mengelola event pernikahan mulai dari akad nikah, upacara adat, dekorasi pelaminan, *catering*, rias pengantin, dokumentasi dan lain sebagainya. Pada saat ini peran *wedding organizer* sangat dibutuhkan oleh calon pasangan untuk mencapai kepuasan konsep pernikahan dan lebih memudahkan pengantin serta keluarga pada saat perayaan pernikahan berlangsung. (Suharyanto & Najiyah, 2017)

Menurut Imam B. Prasodjo, 2016 selaku pengamat sosial dan budaya mengatakan “banyak pasangan muda yang ingin melangsungkan pernikahan memakai *wedding organizer* karena faktor lingkungan dan budaya. Dan dikehidupan yang semakin modern dan menuntut masyarakat untuk menjadi lebih sibuk bekerja, *wedding organizer* menjadi sebuah solusi bagi para pasangan yang sibuk bekerja dalam mempersiapkan pernikahannya”. (Neraca, 2020)

Perkembangan bisnis *wedding organizer* di Indonesia terus meningkat. Salah satu faktornya adalah karena kesibukan dan sedikitnya waktu luang calon pengantin untuk mengurus semua perencanaan pernikahan. Perkembangan ini juga sejalan di Kota Bandung. Tercatat pada awal tahun 2000an jumlah *wedding organizer* di kota Bandung hanya 5, sedangkan tahun 2018 sudah tercatat 110 *wedding organizer* yang sudah terdaftar di Organisasi *wedding organizer* Bandung. (Kompas, 2018)

Semakin banyak bermunculan *wedding organizer* di Kota Bandung maka semakin banyak dan ketat juga persaingannya untuk memenangkan target

pasarnya. Oleh karena itu setiap *wedding organizer* harus mengetahui kebutuhan-kebutuhan target pasarnya secara maksimal agar dapat meraih target pasarnya dan memuaskan konsumennya.

Salah satu aspek penting dalam *wedding organizer* adalah dekorasi, oleh karena itu terdapat juga vendor dekorasi untuk acara pernikahan yang dapat dipersiapkan oleh *wedding organizer*. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), dekorasi merupakan bagian dari perlengkapan dekor panggung dan hiasan sementara pada ruangan, gedung, jalan, dan sebagainya.

Dekorasi pelaminan menjadi salah satu faktor penting dalam acara pernikahan. Dekorasi pernikahan berkaitan dengan suasana pesta yang menonjolkan tempat dan prosesi pernikahan. Dekorasi pernikahan yang biasanya digunakan di Indonesia adalah modern kontemporer, modern klasik, klasik European dan percampuran antara ketiganya. (Detik.com, 2019)

Sama halnya dengan perkembangan *wedding organizer* yang semakin banyak, dekorasi wedding juga semakin banyak pilihannya. Oleh karena itu, setiap *wedding organizer* yang memiliki vendor dekorasi juga harus dapat terus bersaing untuk mendapatkan tujuan dan target pasarnya. Karena pada dasarnya dekorasi adalah pilihan masalah pribadi yang sesuai dengan kebutuhan dan selera dari calon pengantin. Maka dari itu setiap calon pengantin akan berhadapan dengan pemilihan keputusan dalam memilih vendor dekorasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Pengambilan keputusan juga dapat disebut perilaku keputusan. (Khan M. A., 2006) Proses pengambilan keputusan akan melalui proses yang disebut proses

pengambilan keputusan konsumen. Proses ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu pra-pembelian, konsumsi, dan evaluasi purnabeli.

Adapun pengertian menurut (Suryadi, 2000) dari keputusan yakni dapat dijabarkan sebagai berikut

- a Keputusan adalah hasil pemecahan yang dihadapi dengan cara tegas, suatu keputusan adalah jawaban pasti dari sebuah masalah.
- b Keputusan adalah sesuatu yang bersifat hukum situasi . berdasar dari apa yang terjadi sehingga diperlukan adanya keputusan untuk memutuskan.
- c Keputusan adalah pemilihan diantara adanya alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian , yaitu : ada pilihan atas dasar logika, ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan yang ingin dicapai.
- d Keputusan adalah suatu pengakhiran atau ending dari proses pemikiran suatu masalah yang didapat untuk menjawab suatu pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan satu pilihan pada suatu alternatif.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan atau alternatif dari beberapa alternatif yang ada.

Proses pra-beli mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum transaksi terjadinya tahapan pembelian dan pemakaian jasa atau barang. Proses ini

meliputi tiga tahapan yaitu indentifikasi kebutuhan, pencaharian informasi, dan evaluasi alternative. Selanjutnya untuk proses konsumsi merupakan tahap dimana konsumen membeli dan menggunakan jasa atau barang. Serta proses evaluasi purnabeli adalah tahap proses pembuatan keputusan untuk memilih pilihan yang tepat. (Tjiptono F. , 2014)

Salah satu vendor dekorasi yang ada di Kota Bandung adalah Jalin *Décor*. Jalin *Décor* terletak di Jl. Dago Atas Blok M No.6 dan sudah memulai bisnisnya dari tahun 2015. Jalin *Décor* menawarkan dekorasi *venue* pernikahan dapat berupa *venue outdoor* dengan menggunakan bahan alami untuk mendekorasi sebuah pesta pernikahan. Target pasarnya adalah pasangan pengantin dengan semua status ekonomi .

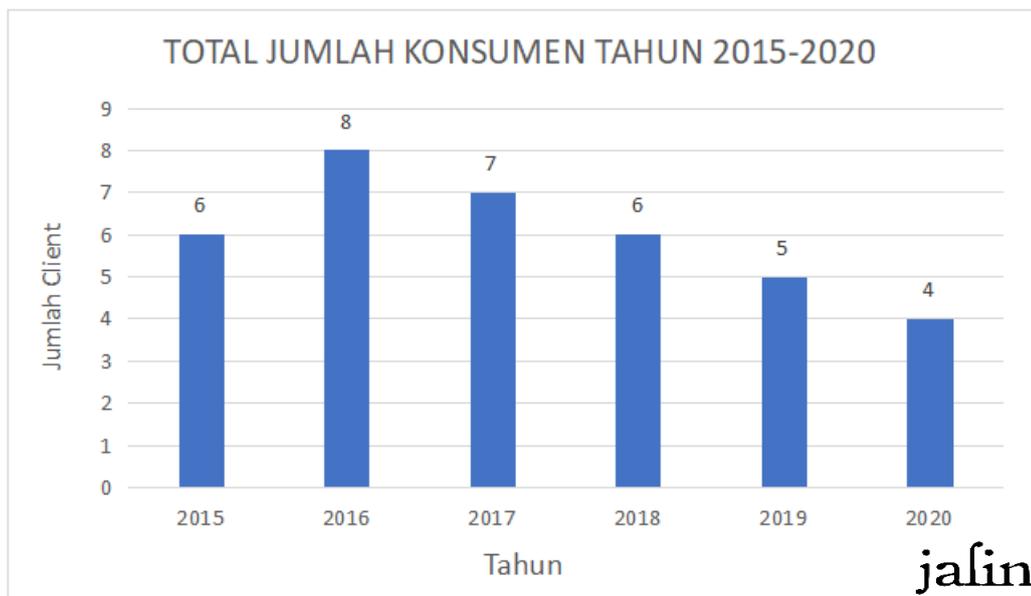
Sejalan dengan perkembangan vendor dekorasi yang semakin banyak di Kota Bandung dan ditambah dengan banyaknya tren-tren dekorasi pernikahan membuat setiap vendor dekorasi memiliki upaya untuk meningkatkan kualitas bisnisnya dan memenangkan persaingan. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah mengetahui aspek pengambilan keputusan oleh pasar.

Hal ini juga dirasakan oleh Jalin *Décor* dengan munculnya banyak pesaing bisnis di bidang vendor dekorasi pernikahan. Dampak dari situasi tersebut membuat semakin ketat persaingan dalam bisnis vendor dekorasi pernikahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Shita selaku *owner* Jalin *Décor*, 2020 menyatakan bahwa munculnya persaingan membuat Jalin *Décor* merasa membutuhkan strategi baru untuk memenangkan persaingan, khususnya terkait dengan perilaku konsumen.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Shita selaku *owner* Jalin *Décor*, 2020, juga menyatakan Jalin *Décor* belum mengetahui aspek-aspek mengambil keputusan konsumen dalam memilih vendor dekorasi pernikahan. Dampak dari hal tersebut menimbulkan terjadinya penurunan pengguna jasa dekorasi dari Jalin *Décor* sendiri beberapa tahun terakhir ini. Berikut adalah diagram penurunan konsumen lima tahun terakhir di Jalin *Décor*.

DIAGRAM I

TOTAL JUMLAH KONSUMEN TAHUN 2015 – 2020



Sumber: Jalin Décor, Bandung 2020

Jalin *Décor* pun juga belum dapat mengetahui perilaku konsumen untuk mencari sumber informasi dalam memilih vendor dekorasi pernikahan. Jalin *Décor* merasa kesulitan mengetahui hal-hal tersebut karena belum ada penelitian internal perusahaan dan akademisi. Oleh karena itu *owner* Jalin *Décor* juga

membutuhkan adanya penelitian yang membahas mengenai pemilihan keputusan konsumen dalam memilih vendor dekorasi pernikahan. (*owner Jalin Décor*,2020)

Mengetahui aspek pengambilan keputusan konsumen sangat mempengaruhi berjalannya bisnis dibidang dekorasi pernikahan, karena hal tersebut akan memberikan data mengenai prilaku, kebutuhan, dan keinginan konsumen. Sehingga dengan mengetahui hal tersebut vendor dekorasi dapat menyesuaikan produknya dengan prilaku, keinginan, dan kebutuhan konsumen. Serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen, menetapkan strategi perusahaan vendor dekorasi berdasarkan prilaku konsumen dan memenangkan persaingan.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti mengajukan penelitian untuk mengetahui pengambilan keputusan konsumen dalam memilih vendor dekorasi pernikahan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari *owner Jalin Décor* yang membutuhkan adanya penelitian ini. Maka penelitian ini berjudul “***Pengambilan Keputusan Calon Pengantin Di Jalin Decor Bandung, Jawa Barat***”.

B. Rumusan Masalah dan Pembatasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah belum diketahuinya proses pengambilan keputusan calon pengantin dalam pemilihan vendor dekorasi pernikahan yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara client melihat identifikasi kebutuhan yang perlukan dari Jalin Décor selaku vendor dekorasi?
- b. Bagaimana cara pencarian informasi yang client lakukan kepada Jalin Décor selaku vendor dekorasi?

- c. Bagaimana evaluasi alternatif yang diberikan oleh client kepada Jalin Décor selaku vendor dekorasi pernikahan?

2. Pembatasan Masalah

Proses pengambilan keputusan terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap pra-pembelian, tahap konsumsi, dan tahap evaluasi purnabeli. Pada penelitian ini peneliti berfokus hanya pada tahapan pra-pembelian.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Diploma IV, Program Studi Management Konvensi dan Event, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Mengetahui bagaimana pengambilan keputusan para calon pasangan pengantin untuk pemilihan vendor dekorasi pernikahan untuk Jalin *Decor* sendiri.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menjadikan kesempatan untuk peneliti belajar mengenai menyusun karya ilmiah dengan sistematis dan memperdalam ilmu penulisan dalam karya ilmiah.

2. Bagi Industri

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Jalin *Décor* sebagai rekomendasi untuk mengetahui proses pengambilan keputusan para calon pasangan untuk kedepannya agar memudahkan bagi Jalin *Decor* dan bagi calon pasangan.

E. Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan pada penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Memberikan uraian tentang latar belakang pengambilan judul penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memberikan uraian mengenai konsep-konsep teori, dan telaahan literatur yang digunakan acuanke/rangka,landasan dalam menganalisa rumusan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Memberikan uraian tentang pendekatan penelitian yang digunakan; obyek penelitian; populasi penelitian dan teknik sampling; metode pengumpulan data, dan observasi; validitas dan reliabilitas; definisi operasional variabel; teknik analisis data; serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memberikan uraian tentang data sekunder dan primer berikut penjelasannya yang diperoleh peneliti dari hasil analisis yang sudah dilakukan.

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Memberikan uraian kesimpulan dari hal-hal yang sudah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya beserta rekomendasi saran yang peneliti kemukakan baik bagi perusahaan, maupun bagi penelitian yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

pada penelitian ini, peneliti memakai grand teori berasal (Tjiptono F., 2014, p. 53) yaitu Proses pengambilan keputusan jua diklasifikasikan menjadi 3 tahap utama: pra-pembelian, konsumsi, dan evaluasi purnabeli. termin pra-pembelian meliputi semua kegiatan konsumen yg terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian barang atau jasa. dalam tahap ini juga meliputi 3 proses, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. serta berikut merupakan konsep-konsep yg digunakan pada penelitian ini.

1. Konsep Event

Event merupakan suatu peristiwa yang memperingati hal-hal penting dalam seluruh kehidupan manusia, dapat dilakukan secara individu maupun dalam kelompok yang berkaitan dengan agama, tradisi, adat, dan, budaya yang diadakan untuk tujuan tertentu dan yang melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu. (Noor, 2009, p. 8)

Jenis-jenis *event* menurut (Noor, 2009) yaitu:

a. *Leisure Event*

Leisure event adalah kategori kegiatan yang berkembang pada acara keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan pengunjung.

b. *Cultural Event*

Cultural event merupakan kegiatan yang berhubungan dengan budaya dan memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat.

c. *Personal Event*

Personal event merupakan kegiatan yang melibatkan anggota keluarga atau kerabat dan lebih sederhana. Contoh pada *personal event* adalah penyelenggaraan pesta pernikahan, ulang tahun, khitanan, dan lain-lain.

d. *Organizational Event*

Organizational event adalah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk *organizational event* yaitu konferensi partai politik, dan pameran sebuah perusahaan. *Event* dapat dibedakan menjadi tiga kategori berdasarkan skala dan ukuran yaitu:

a. *Mega Event*

Mega event merupakan kegiatan berskala besar yang diikuti lebih dari lima negara pengunjung internasional dan regional. Total keseluruhan partisipan lebih dari satu juta pengunjung. *Event* ini berampak terhadap ekonomi masyarakat, mendatangkan investasi, dan memiliki keuntungan yang lebih besar serta diliput oleh media secara luas. Contoh dari *event* ini seperti Olimpiade, Piala Dunia, dan MTQ internasional.

b. *Medium Event*

Medium Event adalah sebuah kegiatan event menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung, berskala nasional.

c. *Mini Event*

Mini event adalah kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

2. **Konsep Pernikahan**

Perkawinan merupakan sebuah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan seorang wanita dengan tujuan membentuk keluarga atau rumah tangga yang bahagia kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 1). Perencanaan yang harus disiapkan dalam mengadakan acara pernikahan yaitu: elemen perayaan pernikahan, pembiayaan pernikahan, dan waktu penyelenggaraan perayaan pernikahan. Yang termasuk dalam elemen pernikahan adalah; *venue*, tema, dekorasi, *florist*, *attire* dan *makeup*, katering, fotografi, *entertainment*, dan undangan (Ruonala, 2013). Perkawinan atau pernikahan juga berarti kesatuan jasmani, rohani, dan sosial antara seorang pria dan seorang wanita (Lee et.al, 2011). Lain hal menurut (Thalib,1990) pernikahan adalah suatu bentuk perjanjian suci yang sangat kuat dan kooh untuk hidup bersama yang sah diantara laki-laki dan perempuan, sehingga bisa mengharapkan membentuk keluarga yang kekal, saling santun menyantuni, saling kasih mengasihi tentram dan juga bahagia.

3. Konsep Wedding Organizer

Wedding organizer adalah sebuah jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pasangan pengantin dan keluarga untuk perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pernikahan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan. *Wedding Organizer* juga sebuah lembaga atau badan yang khusus melayani jasa dibidang pernikahan, yang secara pribadi membantu calon pengantin mempersiapkan segalanya yang berhubungan dengan acara sakral pernikahannya agar berjalan lancar sesuai dengan yang diinginkan (Sumarsono,2007). *Wedding organizer* juga memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan, Membantu merumuskan konsep pernikahan, mem-fasilitasi, negosiasi dan koordinasi dengan pihak gedung/hotel dan supplier/vendor seperti: *Catering*, dekorasi, fotografer, perias, grup musik, dan lain-lain. (www.eopapua.com, 2017)

Tugas dan peranan wedding organizer menurut (Bekti, 2018) yaitu:

- a. Sebagai perencana, yaitu memberi masukan tentang konsep acara, biaya, venue, vendor-vendor seperti dekorasi, katering, foto dan video, multi-media, MC, dan lainnya sesuai keinginan calon pengantin.
- b. Sebagai koordinator, yaitu mengkoordinasi seluruh pihak yang membantu di pesta pernikahan, seperti calon mempelai, keluarga, para vendor dan pengisi acara, termasuk pengaturan jadwal *technical meeting*, dan gladi bersih.

- c. Membuat rundown acara secara keseluruhan dan membentuk tim professional untuk mengatur jalannya pernikahan mulai dari persiapan, gladi bersih, sampai dengan acara selesai.

4. Konsep Dekorasi

Pengertian dekorasi adalah menghias atau mempercantik ruangan, panggung, bangunan, atau objek lainnya sesuai dengan keinginan. (Novitasari, 2020)

Tujuan dekorasi menurut (Novitasari, 2020) yaitu:

- a. Memberikan rasa nyaman terhadap suasana
- b. Memberikan keindahan bagi ruangan
- c. Memberikan kesan menarik
- d. Menarik perhatian audien
- e. Memperkuat suatu pagelaran atau acara

Dekorasi terbagi menjadi 2 jenis menurut (pelajarindo.com, 2021) yaitu:

1. Dekorasi interior

Dekorasi interior adalah dekorasi Di dalam ruangan. Biasanya di dalam suatu Gedung yang disewa kemudian di dekor dan dihiasi sesuai tema agar mendukung sesuai dengan acara. Contoh dekorasi interior misalnya acara pernikahan, wisuda, ulang tahun, perayaan suatu acara kantor, dan masih banyak lagi. Kelebihan acara di dalam ruangan adalah tidak takut terjadinya hujan karena di dalam ruangan. Kelemahannya ketika pengunjung

membludak banyak maka Gedung akan menjadi penuh dan pasti akan sempit-sempitan di dalam ruangan.

2. Dekorasi eksterior

Dekorasi eksterior adalah dekorasi di luar ruangan. Biasanya di hutan, pantai, taman dan tempat tempat lainnya yang berada di luar ruangan. Jika ingin menyelenggarakan acara di luar ruangan dengan dekorasi eksterior harus memperhatikan cuaca, pastikan tidak musim hujan. Acara ini populer untuk acara pernikahan, ulang tahun, acara-acara perusahaan yang mengaruskan di luar ruangan.

Dekorasi dalam *wedding* dapat ditangani oleh pihak yang ahli seperti vendor khusus dekorasi pernikahan. Biasanya dekorasi di Indonesia menyesuaikan bagaimana calon pasangan menggunakan konsep pernikahan yang seperti apa bisa menyesuaikan adat, suku, dan agama calon pasangan.

5. Konsep Pengambilan Keputusan

Menurut (Kotler, 2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Adapun pengertian berdasarkan (Suryadi, 2000) asal keputusan yakni bisa dijabarkan menjadi berikut

- a. Keputusan ialah hasil pemecahan yang dihadapi dengan cara tegas, suatu keputusan merupakan jawaban pasti dari sebuah persoalan.
- b. Keputusan merupakan sesuatu yang bersifat aturan situasi . berdasar berasal apa yang terjadi sebagai akibatnya dibutuhkan adanya keputusan buat menetapkan.
- c. Keputusan merupakan pemilihan diantara adanya alternatif. Definisi ini mengandung 3 pengertian , yaitu : ada pilihan atas dasar logika, ada beberapa alternatif yg wajib serta dipilih galat satu yang terbaik serta terdapat tujuan yg ingin dicapai serta keputusan itu makin mendekati pada tujuan yg ingin dicapai.
- d. Keputusan merupakan suatu pengakhiran atau ending dari proses pemikiran suatu problem yg didapat untuk menjawab suatu pertanyaan apa yg harus diperbuat guna mengatasi problem tadi dengan menjatuhkan satu pilihan di suatu cara lain .

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan atau alternatif dari beberapa alternatif yang ada. Menurut (Tjiptono F. , 2014, p. 53) yaitu Proses pengambilan keputusan juga diklasifikasikan menjadi tiga tahap utama: pra-pembelian, konsumsi, dan evaluasi purnabeli. Tahap pra-pembelian meliputi semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian barang atau jasa. Dalam tahap ini juga meliputi tiga proses, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Tahap konsumsi merupakan tahap di mana konsumen membeli dan menggunakan barang atau jasa.

Sedangkan didalam tahap evaluasi purnabeli merupakan tahap proses dalam pembuatan keputusan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah dia telah membuat keputusan pembelian yang akurat. Dan berikut adalah konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

B. Penelitian Terdahulu

TABEL 2
PENELITIAN TERDAHULU

NO	Judul Penelitian	Penulis	Lokus	Variabel yang Diteliti	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan
1	Pengambilan Keputusan Konsumen Semarang dalam Memilih Vendor Pesta Pernikahan	Mila Anggraini Widjaja	Semarang , Indonesia	pengambilan keputusan konsumen	Kuantitatif	dalam menentukan vendor Wedding Organizer, Venue, Catering, Decoration, Documentation, Bride and Groom Costume, Makeup and Beauty, bahan pertimbangan yang digunakan konsumen sebelum memilih adalah berdasarkan atribut harga, sosial, dan	Memiliki persamaan dalam mengetahui bagaimana pengambilan keputusan konsumen dalam pesta pernikahan

						kinerja vendor.	
2	Decision Making of Consumers in the Consumption of Wedding Services with Special Reference to Femina Hotel	Rabia Farzana	India	Decision Making of Consumers	Kualitatif	This study aims to understand the impact of the socio-economic factors in the decision making of consumers in the consumption of wedding services is the central issue of the study.	penelitian ini memiliki persamaan di tujuan dengan mengetahui bagaimana pengambilan keputusan yang diambil sebelum melakukan pesta pernikahan
3	Studi mengenai keputusan pembelian jasa wedding dan event organizer	Dyah Aayu Kusumawardani	Semarang , Indonesia	Keputusan pembelian	Kuantitatif	pengambilan keputusan ini harus mengikuti aspek yang ada seperti melihat harga jual tersebut, promosi yang menarik dan juga kualitas dari jasa dari sebuah wedding atau event organizer yang memiliki keahlian khusus	pengambilan keputusan strategi apa yang harus dilakukan perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan (service) kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan dikeluarkan.

C. Kerangka Pemikiran

