

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PENGGUNA JASA PADA JASA FIFIN *WEDDING ORGANIZER* KOTA  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi Sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1  
(S1) Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh**

**Ahmad Fachri Hidayat**

**07031382025196**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF  
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNA JASA PADA JASA FIFIN WEDDING  
ORGANIZER KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**Ahmad Fachri Hidayat**

**07031382025196**

**Pembimbing 1**

**Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si**

**NIP. 196311061990031001**

**Pembimbing 2**

**Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198709072022031003**

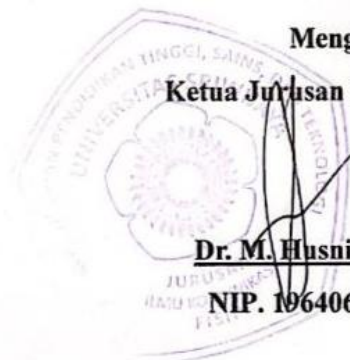


**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**



**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PENGGUNA JASA PADA JASA FIFIN *WEDDING ORGANIZER*  
KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**  
Oleh:

**AHMAD FACHRI HIDAYAT**  
07031382025196

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 31 Desember 2024  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

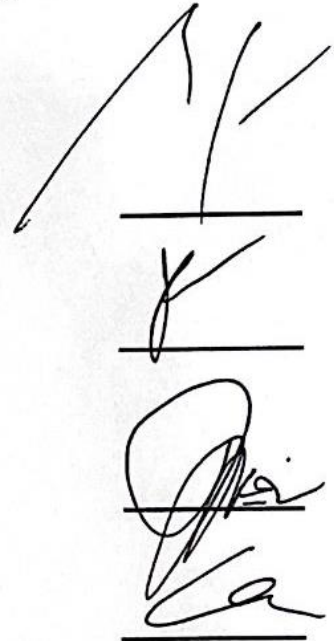
**KOMISI PENGUJI**

**Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si**  
NIP. 196311061990031001

**Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198709072022031003

**Misni Astuti, S.sos., M.I.Kom**  
NIP. 1985030102023212034

**Galih Priambodo, M.I.Kom**  
NIP. 198908312023211021



**Mengetahui,  
Dekan FISIP UNSRI,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



**Prof. Dr. Alfitri, M. Si.**  
NIP. 196601221990031004

**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.**  
NIP.196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Fachri Hidayat  
NIM : 07031382025196  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 08 April 2001  
Program Studi/ Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pengguna Jasa Pada Jasa Fifin Wedding  
Organizer Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 16 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Fachri Hidayat

07031382025196

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, serta karunianya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini diperuntukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi pada Universitas Sriwijaya. Skripsi ini dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Jasa Fifin Wedding Organizer Kota Palembang.”**

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami banyak sekali hambatan serta tantangan namun dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
5. Mba Vira dan Mba Sertin selaku staf administrasi Ilmu Komunikasi yang selalu membeikan banyak informasi dan membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan semua keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam penyusunan skripsi.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang saling memberikan dukungan, kebersamaan, dan bantuan.
8. Rekan-rekan seperjuangan khususnya angkatan 2020 Ilmu Komunikasi yang sedang sama-sama berjuang dalam pembuatan skripsi ini.

9. Semua pihak yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari dengan segala keterbatasan yang dimiliki, skripsi ini membutuhkan saran, kritik, dan masukan yang dapat membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat. Semoga skripsi ini dapat diterima dan memberikan manfaat bagi kita semua khususnya dalam ranah ilmu komunikasi.

Palembang, Desember 2024



Ahmad Fachri Hidayat

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISIONALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Kepuasan Pengguna Jasa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Konsep Dasar Jasa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Unit Analisis, Populasi, Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Unit Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3 Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.4	Data dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.4.1</u> Data Primer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.4.2</u> Data sekunder .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Uji Validitas dan Realibilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.5.1</u> Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.5.2</u> Uji Realibilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.6.1</u> Penyebaran Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.6.2</u> Observasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.6.3</u> Dokumentasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.7.1</u> Teknik Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.7.2</u> Teknik Analisis Eksplanatif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>3.7.3</u> Uji t (Parsial) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Sejarah Singkat, Visi, Misi, Tujuan jasa Fifin Wedding Organizer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
	<u>4.1.1</u> Sejarah Singkat jasa Fifin Wedding .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>4.1.2</u> Visi Fifin Wedding Organizer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>4.1.3</u> Misi Fifin Wedding Organizer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>4.1.4</u> Tujuan Fifin Wedding Organizer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>4.1.5</u> SOP Fifin Wedding Organizer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.1.1</u> Hasil Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.1.2</u> Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Deksripsi Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.2.1</u> Karakteristik Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.2.2</u> Jenis Kelamin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.2.3</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<u>5.2.4</u> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>		
5.3	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



	5.3.1 Deskripsi Dimensi Bukti Fisik ( <i>Tangibels</i> )...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.3.2 Deskripsi Dimensi Keandalan ( <i>Reliability</i> )	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.3.3 Deskripsi Dimensi Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.3.4 Deskripsi Dimensi Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.3.5 Deskripsi Dimensi Empati ( <i>Empaty</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Pengguna Jasa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.4.1 Deskripsi Dimensi Kesesuaian Harapan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.4.2 Deskripsi Dimensi Minat Membeli Kembali	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.4.3 Deskripsi Dimensi Kesiediaan Merekomendasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.5	Uji Hipotesis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.5.1 Koefisien Korelasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.5.2 Koefisiensi Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	5.5.3 Uji t .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.1	Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.2	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA.....		8
LAMPIRAN		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sosial Media Instagram dan Tiktok .....	52
--	----

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.....	33
Bagan 4.1 .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jasa Fifi <i>Wedding Organizer</i> .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	42
Tabel 3.2 Pedoman Interval Uji Reliabilitas Interval.....	47
Tabel 3.3 Hubungan Antarvariabel .....	49
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas .....	64
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	65
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
Tabel 5.6 Rentang Skor Empirik Dari Dimensi Kualitas Pelayanan .....	69
Tabel 5.7 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Bukti Fisik.....	70
Tabel 5.8 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Bukti Fisik .....	71
Tabel 5.9 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kehandalan .....	73
Tabel 5.10 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Kehandalan .....	74
Tabel 5.11 Distribusi Per Item Dimensi Daya Tanggap.....	76
Tabel 5.12 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Daya Tanggap.....	77
Tabel 5.13 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Jaminan.....	79
Tabel 5.14 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Jaminan.....	80
Tabel 5.15 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Empati.....	82
Tabel 5.16 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Empati.....	83
Tabel 5.17 Rentang Skor Empirik dari Dimensi Kepuasan Pengguna Jasa.....	85
Tabel 5.18 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kesesuaian Harapan .....	86

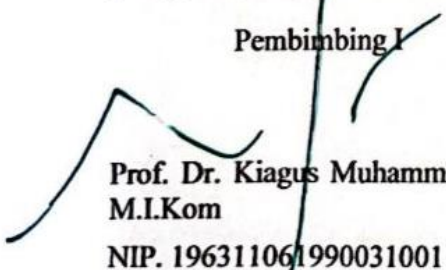
Tabel 5.19 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Kesesuaian Harapan	
Keseluruhan.....	87
Tabel 5.20 Distribusi Jawaban Per Item Minat Membeli Kembali .....	89
Tabel 5.21 Deskripsi Jawaban Per Indikator Dimensi Minat Membeli Kembali .	90
Tabel 5.22 Distribusi Jawaban Per Item Dimensi Kesiadaan Merekomendasi.....	92
Tabel 5.23 Deskripsi Jawaban PerIndikator Dimensi Kesiadaan Merekomendasi	93
Tabel 5.24 Rekapitulasi Pencapaian Seluruh Variabel .....	94
Tabel 5.25 Hasil Uji Koefesien Korelasi dan Koefesien Determinasi .....	96
Tabel 5.26 Hasil Uji t .....	98

## ABSTRAK

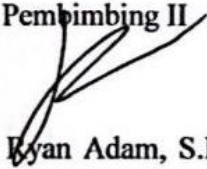
Komunikasi interpersonal, yang juga dikenal sebagai komunikasi antar pribadi, merujuk pada proses pertukaran makna antara individu-individu yang berinteraksi yang dapat menjadi faktor mempengaruhi kepuasan pengguna jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, membuktikan serta mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa Fifin Wedding Organizer di Kota Palembang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy), sedangkan kepuasan pengguna jasa diukur berdasarkan kesesuaian harapan, minat membeli ulang, dan kesediaan untuk merekomendasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Dimensi jaminan dan empati memberikan kontribusi terbesar dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa, sementara dimensi bukti fisik memiliki pengaruh yang relatif lebih kecil. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengguna jasa yang merasa puas cenderung merekomendasikan jasa Fifin Wedding Organizer kepada orang lain, yang berkontribusi pada penguatan citra perusahaan di pasar jasa pernikahan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Fifin Wedding Organizer untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek yang menjadi prioritas pengguna jasa, guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori pelayanan dalam konteks industri jasa pernikahan di Indonesia.

**Kata kunci:** Tjiptono Fandy kualitas pelayanan, Tjiptono Fandy kepuasan pengguna jasa, penyelenggara pernikahan

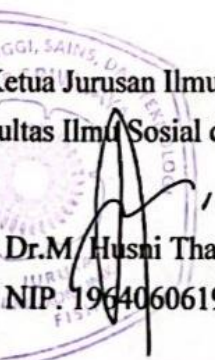
Pembimbing I

  
Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si  
M.I.Kom  
NIP. 196311061990031001

Pembimbing II

  
Ryan Adam, S.I.Kom.,  
NIP. 198709072022031003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRACT

*Interpersonal communication, also known as interpersonal communication, refers to the process of exchanging meaning between interacting individuals which can be a factor influencing service user satisfaction. This research aims to analyze, prove and determine the influence of service quality on service user satisfaction with Fifin Wedding Organizer services in Palembang City. The research uses quantitative methods with a survey approach via questionnaires. Service quality variables are measured through five dimensions, namely physical evidence (tangibles), reliability, responsiveness, assurance and empathy, while service user satisfaction is measured based on conformity to expectations, interest in repurchasing, and willingness to recommend. The research results show that service quality has a positive and significant influence on service user satisfaction. The assurance and empathy dimensions provide the greatest contribution in increasing service user satisfaction, while the physical evidence dimension has a relatively smaller influence. This research also found that satisfied service users tend to recommend Fifin Wedding Organizer services to others, which contributes to strengthening the company's image in the wedding services market. This research provides practical implications for Fifin Wedding Organizer to improve service quality, especially in aspects that are priorities for service users, in order to maintain and increase service user satisfaction. In addition, it is hoped that the results of this research can become a reference for developing service theory in the context of the wedding services industry in Indonesia.*

**Keyword:** Tjiptono Fandy service user satisfaction, Tjiptono Fandy service quality, wedding organizer

Pembimbing I

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si  
M.I.Kom  
NIP. 196311061990031001

Pembimbing II

Ryan Adam, S.I.Kom.,  
NIP. 198709072022031003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr.M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dalam periode globalisasi ini telah menghasilkan berbagai macam barang dan jasa yang saling bersaing, yang telah memicu persaingan antar bisnis untuk memuaskan konsumen dan memberikan pengalaman terbaik. Setiap bisnis seharusnya tetap stabil dan terus meningkatkan mutu outputnya. Kepuasan pengguna jasa merupakan tujuan utama perusahaan. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan menawarkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna jasa. Sebuah bisnis harus berkonsentrasi pada upaya untuk memperoleh dan mempertahankan pengguna jasa jika ingin bersaing dengan sukses. Akibatnya, setiap bisnis perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana pengguna jasa berperilaku di pasar mereka. Karena pemahaman ini sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk terus berlanjut sebagai organisasi yang berusaha untuk memenuhi keinginan dan harapan pengguna jasa. Mungkin sulit untuk memahami bagaimana pengguna jasa berperilaku. karena kadang-kadang mereka secara terbuka mengungkapkan kebutuhan dan keinginan mereka, tetapi seringkali mereka juga bertindak secara bertentangan dengan itu.

Kebutuhan konsumen tidak hanya mencakup barang, tetapi juga kebutuhan akan layanan. Akibatnya, persaingan tidak terbatas pada industri.



tetapi juga di sektor layanan. Dalam memenuhi kebutuhan pengguna jasa dalam sektor layanan terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, salah satunya ialah faktor komunikasi.

Proses penyampaian informasi dari satu orang ke orang lain disebut komunikasi. Upaya komunikasi di dalam suatu organisasi selalu difokuskan pada pencapaian tujuan kolektif. Komunikasi juga merupakan manifestasi dari kebudayaan, karena hanya bisa terjadi jika ada ide dari pemikiran individu. Sebagai sarana utama bagi manusia, komunikasi tidak bisa dihindari dalam kehidupan sosial. Komunikasi dapat ditemukan diberbagai tempat, seperti di lingkungan sekitar kita rumah, kantor, rumah sakit dan tempat umum lainnya (Wahyudi et al., 2021). Banyak ahli berpendapat bahwa komunikasi adalah kebutuhan mendasar bagi setiap individu dalam bermasyarakat (Ramadhan et al., n.d.).

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal, yang juga dikenal sebagai komunikasi antar pribadi, merujuk pada proses pertukaran makna antara individu-individu yang berinteraksi. Dalam komunikasi interpersonal, informasi dipertukarkan antara dua orang atau lebih, dan umpan balik dari komunikasi tersebut dapat segera diketahui oleh para pihak yang terlibat (Zain & Nisfun Laily, 2017). Komunikasi antarpribadi, yang juga dikenal sebagai komunikasi diadik, terjadi antara dua individu yang saling berhubungan erat. Jenis komunikasi langsung ini terjadi selama percakapan antara dua orang. Komunikator, yang

menyampaikan pesan, dan komunikasi, yang menerimanya, terlibat langsung dalam komunikasi diadik. (Rahmanita et al., 2018).

Dengan menerapkan komunikasi interpersonal untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengguna jasa akan memberikan dampak positif bagi perusahaan atau bisnis. Pengguna jasa cenderung akan terus menggunakan suatu produk atau layanan jika mereka merasa puas dengan produk atau layanan tersebut. Hasilnya, penjualan produk di pasaran akan meningkat. memungkinkan perusahaan untuk meraih keuntungan dan pada akhirnya membantu perusahaan atau bisnis untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang.

Minat besar dari calon pengantin di Indonesia untuk mewujudkan konsep pernikahan yang unik dan berkesan telah menyebabkan peningkatan jumlah *Wedding Organizer* (WO) yang bermunculan. Menurut Rusyamsi (2020) menegaskan bahwa pasar *Wedding Organizer* (WO) memiliki peluang besar di Indonesia. Industri ini dianggap sebagai salah satu sektor bisnis yang menjanjikan dan menguntungkan. Pada daerah Palembang tradisi mengadakan pesta pernikahan dengan jumlah undangan yang besar masih sangat kental di masyarakat.

Bisnis ini sangat menjanjikan karena potensi pasarnya yang sangat besar dan jumlah pasangan yang menikah setiap tahunnya. Oleh karena itu, popularitas pameran vendor pernikahan dan acara serupa untuk menyebarkan informasi tentang vendor pernikahan bukanlah hal yang mengejutkan. Tujuan utama karier sebagai wedding organizer (WO) adalah untuk membantu calon

pengantin dalam merencanakan pernikahan mereka sehingga mereka tidak perlu repot memikirkan hal-hal kecil.

Fifin Wedding Organiser yang beralamat di Jl. May Zen No. 2, Sei Selincah, Kec. Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30161, merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jasa Wedding Organiser (WO). Fifin Wedding Organiser merupakan perusahaan yang menyediakan jasa wedding planning dan event organizer di Palembang.

**Tabel 1.1**  
**Data Jasa Fifin *Wedding Organizer* di Kota Palembang 2023**

Bulan dan Tahun	2022	2023
<b>Januari</b>	8	10
<b>Februari</b>	5	3
<b>Maret</b>	13	16
<b>April</b>	9	14
<b>Mei</b>	10	16
<b>Juni</b>	7	9
<b>Juli</b>	11	4
<b>Agustus</b>	5	9
<b>September</b>	7	10
<b>Oktober</b>	13	3
<b>November</b>	6	2
<b>Desember</b>	15	24
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>120</b>

**Sumber : Fifin *Wedding Organizer*, 2023**

Dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang menawarkan layanan guna menciptakan kepuasan pengguna jasa, penting untuk mencari cara terbaik dalam memberikan kualitas pelayanan. Fifin Wedding Organizer merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa. yang menawarkan berbagai layanan termasuk *catering*. Tujuan utama Fifin *Wedding Organizer* adalah mencapai kepuasan pengguna jasa. Mereka berkomitmen untuk memuaskan pengguna jasa dengan meningkatkan kualitas pelayanan

melalui penyediaan fasilitas yang baik dan penawaran harga yang lebih terjangkau.

Karena hal ini berdampak signifikan pada kebahagiaan pengguna jasa, studi ini akan membahas dampak layanan yang diberikan setelah mencapai tingkat kepuasan pengguna jasa yang ideal berdasarkan penjelasan tersebut. Diharapkan juga bahwa studi ini akan memperdalam pemahaman kita tentang cara memberikan layanan yang memenuhi harapan klien kita. Lebih jauh, studi ini diyakini akan membantu organisasi *Fifin Wedding Organizer* meningkatkan mutu layanan mereka dengan menawarkan ide dan umpan balik. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk menyusun Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Jasa *Fifin Wedding Organizer* Kota Palembang”** berdasarkan pembahasan tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa *Fifin Wedding Organizer* Kota Palembang ?
2. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa *Fifin Wedding Organizer* Kota Palembang ?
3. Mengapa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa *Fifin Wedding Organizer* Kota Palembang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa *Fifin Wedding Organizer* Kota Palembang.

2. Membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa Fifi *Wedding Organizer* Kota Palembang.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada jasa Fifi *Wedding Organizer* Kota Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan di pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori kualitas layanan, khususnya dalam konteks wedding organizer. Dengan memahami lebih dalam bagaimana elemen-elemen kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memengaruhi kepuasan pengguna jasa.

Selain itu, diyakini dapat berfungsi sebagai bahan referensi untuk studi masa depan dan memberikan informasi ilmiah yang bermanfaat bagi akademisi untuk ilmu komunikasi, khususnya di bidang pemasaran.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh Fifi *Wedding Organizer* untuk mengidentifikasi aspek- aspek kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan. Dengan fokus pada elemen-elemen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dan usaha untuk memperbaiki hal-hal yang penting.

Peneliti juga berharap penelitian ini dapat membantu Fifi *Wedding Organizer* dalam merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir et al. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa jasa rental mobi pada PT. Rafa Travelindo Mandiri*. 57–60.
- Auia Bestari, C., & Megasari, D. S. (2020). Manajemen Perencanaan Usaha Pada Pelayanan Di Putri Wedding Organizer. *E-Journal*, 09(1), 156–167.
- Christal, F. N. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Patron Wedding Organizer*. Universitas Sanatha Dharma Yogyakarta.
- Daryanto, & Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava.
- Delni Alek Candra. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer Tiga Putri Payakumbuh. *J-MABISYA*, 4(1), 40.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur dan Loyalitas Pengguna jasa (I)*. DeePublish.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ivan Fathurrohman. (2020). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Guru Dengan Siswa Terhadap Perilaku Belajar Siswa Dalam Mewujudkan Prestasi Belajar Siswa*.
- Jalaludin, J. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten*. 1, 40–48.
- Lovelock, C., Patterson, & Walker. (2004). *Service Marketing: An Asia Pacific and Australian Perspective*. NSW: Pearson Education Australia.
- Lucky Riana Putri. (2020). Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan Kota Surakarta. *Jurnal Cakra Wisata*, Vol.21(No.1).
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lusita, E. (2018). *Pelaksanaan Pengiriman Barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Agen Pekapuran Depok*.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*. 01, 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- N Nanincova. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa Noach Cafe And Bistro*. 2.

- Nugroho, & Aminah, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna jasa*. 4(5), 930–935.
- Palijama, F. (2023). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kendaraan Terhadap Kepuasan Pengguna jasa. *Revenue Manuscript*, 1, 10–17.
- Pandini Siska. (2017). *Tinjauan Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Kontraktor pada PT Waskita Raya (Persero) Tbk Jakarta Timur*.
- Pariwisata Bali, P., Wayan Meri Agustini, N., Nengah Wirata, I., Arjaya Program Studi Manajemen Konvensi dan Perhelatan, K., Pariwisata Bali Jalan Dharmawangsa, P., Dua, N., & Badung, K. (2022). Journal of Event and Convention Management Kualitas Pelayanan Jasa Wedding Organizer Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna jasa di Voweever Wedding Organizer, Bali. *Journal of Event and Convention Management*, 1(2), 2022. <https://doi.org/10.52352/jecom.v1i2.943>
- Putri Aisyah, H., Zakir, A., & Elhanafi, A. M. (2023). Medan Wedding Organizer Berbasis Web. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9686–9702.
- Rahmanita, Nur, A., & Etty Ratnawati. (2018). Strategi Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Membangun Kepercayaan Diri Siswa Kelas IX Untuk Menghadapi Ujian Akhir Sekolah Berstandar Nasional (USBN) Di MTS Negeri 10 Majalengka. *Edueksos: Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 7(1).
- Rakhmat, Jalaludin, & Ibrahim, I. . (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. In Simbiosis Rekatama Media.
- Ramdani, M., Herlina, R., & Susana, E. (2023). Analisis Service Excellent Khatulistiwa 72 Wedding dalam Menangani Keluhan Klien. *Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 10(2), 569–574.
- Ramdhan, Pangestu, A., & Mohammad Luthfi. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Al-Istiqomah Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Sebagai Bahasa Resmi*. 3(1), 25.
- Riduwan A. (2020). Analisa Beban Kerja Dan Jumlah Tenaga Kerja Yang Optimal Pada Bagian Produksi Dengan Pendekatan Metode Workload Analisis (WLA) Di PT. Surabaya Perdana Rotopack. *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 3(19).
- Rima, Rosmania, & M Hum. (2016). *Strategi Komunikasi Dalam Diskusi*



*Kelompok: Sebuah Kajian Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris.*

- Rosida, K., Wilujeng, B., Dwiyantri, S., & Puspitorini, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Xpress Wedding Organizer. *E-Journal Universitas Negeri Surabaya*, 10(2), 43–49.
- Shofwan, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada rental mobil S.A.D Sejahtera Boulevard kota Malang. 5, 64–71.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*.
- Tjiptono Fandy, & Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pengguna jasa: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Wahyudi, P., Ismandianto, Yasir, & Suyanto. (2021). Strategi Komunikasi “City Branding” Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Jurnal Niara*, 14(3), 157–167.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Wulandari, R., Setiawan, R., & Mulyani, A. (2020). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Wedding Organizer Online Menggunakan Scrum. *Jurnal Algoritma*, 16(2), 139–150. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.16-2.139>
- Zain, & Nisfun Laily. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).